HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TIKTOK DENGAN KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA AWAL

***THE RELATIONSHIP BETWEEN INTENSITY OF TIKTOK SOCIAL MEDIA USE AND SELF-CONFIDENCE IN EARLY ADOLESCENTS***

# Ditha Arini Syahadatullah Aria1, Ratri Pratiwi2

Universitas Mercu Buana Yogyakarta [200810492@student.mercubuana-yogya.ac.id](mailto:200810492@student.mercubuana-yogya.ac.id) 082311653741

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Intensitas Pengunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Awal. Penelitian ini mengajukan hipotesis yaitu ada hubungan yang negatif antara Intensitas Pengunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Awal. Subjek pada penelitian ini berjumlah 211 orang dengan karakteristik remaja awal 13-17 Tahun. Pengambilan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan data yang dikumpulkan menggunakan skala intensitas penggunaan sosial media TikTok dan skala kepercayaan diri. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (rxy) = -0,276 dengan p = 0,000 (p < 0,010) yang menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu ada korelasi negatif antara Intensitas Penggunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Awal. Koefisien determinasi (R2) sebesar 0,076, sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi intensitas penggunaan sosial media TikTok sebesar 7,6% terhadap kepercayaan diri pada remaja awal dan sisanya sebesar 92,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

**Kata Kunci**: Intensitas Pengunaan Sosial Media TikTok, Kepercayaan Diri, Remaja Awal

***Abstract***

*This research aims to determine the relationship between the intensity of use of TikTok social media and self-confidence in early adolescents. This research proposes a hypothesis, namely that there is a negative relationship between the intensity of use of TikTok social media and self-confidence in early adolescents. The subjects in this study were 211 people with characteristics of early adolescents aged 13-17 years. Research subjects were selected using a purposive sampling technique with data collected using the TikTok social media use intensity scale and self-confidence scale. The data analysis technique used is product moment correlation. Based on the results of data analysis, it was obtained that the correlation coefficient (rxy) = -0.276 with p = 0.000 (p < 0.010) which shows that the hypothesis proposed in this research is accepted, namely that there is a negative correlation between the intensity of use of TikTok social media and self-confidence in early adolescents. The coefficient of determination (R2) is 0.076, so it can be said that the contribution of intensity of TikTok social media use is 7.6% to self-confidence in early adolescents and the remaining 92.4% is influenced by other factors not investigated in this research.*

***Keywords****: Intensity of Use of TikTok Social Media, Self-Confidence, Early Adolescents*

# PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang, berbagai macam informasi dari seluruh penjuru dunia bisa diakses secara instan melalui teknologi (Syahputra & Rifandi, 2021). Kemajuan teknologi pada dasarnya bertujuan untuk memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi manusia dan memungkinkan berjalannya operasional secara cepat, akurat dan tepat sehingga meningkatkan produktivitas (Sa’diyah, Naskiyah & Rosyadi, 2022). Kemajuan teknologi ini membawa banyak manfaat dalam aspek sosial terutama komunikasi. Kemajuan dalam berkomunikasi menjadi cepat dan mudah, salah satunya melalui sosial media (Andini, 2023).

Penggunaan sosial media semakin hari semakin meningkat. Hal ini didukung dengan hasil analisis Kepios yang menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat 10 juta (+5,2 %) antara tahun 2022 dan 2023 (Data Reportal, 2023). Peningkatan penggunaan sosial media ini, salah satunya yang paling populer dikalangan pelajar dan mahasiswa adalah TikTok. Hal tersebut dibuktikan dengan data yang dipublikasikan ByteDance sendiri menunjukkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia meningkat 18 juta (+19.4 %) antara awal 2022 dan awal 2023 (Data Reportal, 2023). Demografi pengguna sosial media TikTok di Indonesia sendiri didominasi dari kalangan remaja yaitu pelajar dan mahasiswa (Andini, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiani, Afiah, Rahayu, dan Haryanto (2022), remaja mengakses sosial media Tiktok dalam sehari yaitu kurang dari 5 jam. Menurut Hurlock (dalam Octavia, 2020), masa remaja terbagi menjadi 2 yakni masa remaja awal dan masa remaja akhir. Rentang usia remaja awal adalah 13 tahun atau 14 tahun sampai 17 tahun. Sedangkan rentang usia untuk remaja akhir adalah 17 tahun sampai 20 tahun. Menurut Syahputra dan Rifandi (2021), pada masa remaja awal terdapat fase sensitif atau fase negatif, yaitu fase dimana seorang remaja bersikap anti sosial atau yang biasa disebut dengan anti terhadap kehidupan yang salah satu gejalanya adalah kurangnya kepercayaan

diri.

Kepercayaan diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, yang memungkinkan dirinya melakukan sesuatu tanpa ragu-ragu, leluasa melakukan apa yang diingingkan, bertanggung jawab atas apa yang dilakukan, dapat menghargai orang lain, mengetahui kelebihan dan kekurangan diri serta proaktif untuk mencapai sesuatu (Lauster, 1991). Menurut Lauster (1991) aspek-aspek dari kepercayaan diri mencakup ambisi normal, kemandirian, optimisme, perasaan aman, toleransi dan keyakinan pada diri sendiri.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Antu, Zees, dan Musi (2023), didapatkan bahwa 84 siswa di MTs Negeri 02 Boalemo menunjukkan 12 responden

(14,3%) memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi, 35 responden (41,7%) memiliki tingkat kepercayaan diri sedang, dan 37 responden (44%) memiliki tingkat kepercayaan diri rendah. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Nasrul dan Rinaldi (2020), menemukan bahwa skala tingkat kepercayaan diri subjek di SMAN 5 Pariaman yang paling banyak adalah subjek yang mempunyai tingkat percaya diri rendah yakni, 57 orang dari 79 subjek (72,15%). Sejalan dengan itu, hasil penelitian Irawan dan Dewi (2022) didapatkan juga bahwa tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh pelajar SMA di Kabupaten Lampung Timur mayoritas berada pada kategori rendah. Berdasarkan beberapa hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa remaja awal cenderung memiliki kepercayaan diri yang rendah.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan adanya hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa, 5 dari 7 subjek memiliki kepercayaan diri yang rendah. Menurut Putri, Ridha dan Zikra (2016) dalam kebanyakan kasus remaja yang memiliki kepercayaan diri rendah cenderung tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya, kurang mampu menjalin komunikasi yang baik dengan sekitarnya, malu untuk bertanya atau menyuarakan pendapat di dalam kelas, gugup jika diminta untuk maju ke depan, suka menyendiri dan sulit bergaul dengan teman-temannya.

Sedangkan remaja dengan rasa kepercayaan diri tinggi akan terlihat mudah berinteraksi dengan lingkungannya, berani untuk berpendapat tanpa ada keraguan dan menghargai pendapat orang lain, mampu bertindak dan berpikir postif dalam pengambilan keputusan serta dapat mencapai potensi maksimalnya (Rais, 2022; Ramadhan, Rosdiana & Karima, 2022). Selain itu remaja dengan rasa percaya diri yang tinggi memiliki aktualisasi diri yang baik, memanfaatkan kemampuan yang dimiliki, serta dapat menyelesaikan masalahnya dengan mengambil keputusan dan mencari solusi sendiri (Nasrul dan Rinaldi, 2020).

Menurut Ghufron dan Suminta (2007) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri antara lain: konsep diri, harga diri, pengalaman, dan pendidikan. Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ranjani dan Fauzi (2018); Suryadi dkk., (2023), penggunaan sosial media menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri siswa dalam pergaulan. Penelitian yang dilakukan Oktaviani dkk., (2023) menunjukkan hasil bahwa intensitas penggunaan sosial media memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswi. Hal tersebut juga didukung dengan adanya hasil penelitian dari Suryadi dkk., (2023) bahwa terdapat korelasi yang cukup erat antara intensitas penggunaan sosial media dengan

kepercayaan diri dengan arah hubungan yang negatif (Suryadi dkk., 2023).

Berdasarkan beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri tersebut peneliti memilih faktor intensitas penggunaan sosial media sebagai faktor yang mempengaruhi penelitian ini.

Menurut Daulay, Sahroni, Fajariyah, dan Alvi (2023), pada umumnya remaja banyak menghabiskan waktu hanya dengan bermain di sosial media. Hal tersebut dapat mendatangkan masalah yang serius apabila tidak ada pengawasan dari keluarga dan pihak tertentu. Sejalan dengan itu Syahputra dan Rifandi (2021), mengungkapkan bahwa remaja saat ini tampak sangat ketergantungan atau kecanduan terhadap sosial media. Sedangkan pengguna sosial media dari segala umur, tidak menutup kemungkinan mudahnya akses terhadap konten-konten yang mengandung unsur negatif didalamnya (Adawiyah, 2020). Selain itu, media sosial cenderung mengedepankan daya tarik dan kecantikan melalui tipe tubuh ideal: seksi, berkulit putih, tinggi, berotot, berdada bidang, dan gagah bak idola (Fitri, Zola & Ifdil, 2018). Maka dari itu penggunaan media sosial dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja dan juga menimbulkan banyak permasalahan pada remaja (Syahputra & Rifandi, 2021).

Menurut Ajzen (2005), intensitas penggunaan sosial media adalah usaha yang dilakukan seseorang dalam melakukan

aktivitas di sosial media tertentu. Menurut Ajzen, (2005), terdapat empat aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan sosial media: perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

Penggunaan sosial media dengan intensitas yang tinggi cenderung membuat individu membandingkan dirinya dengan orang lain sehingga menimbulkan perasaan cemburu dan iri hati (Suryadi, Manangkot, Kamayani dan Yanti, 2023). Tak hanya itu, saat ini banyak remaja yang lebih percaya diri apabila berbicara pada sosial media daripada berbicara langsung dengan lawan bicaranya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kecenderungan perubahan sikap manusia yang awalnya memilih berkeluh kesah dengan orang lain secara langsung menjadi berkeluh kesah di media sosial, salah satunya adalah Tiktok (Hartono, Febriananda, Achmada, & Winata, 2022).

Suryadi dkk., (2023) mengungkapkan bahwa semakin sering individu mengakses sosial media yang berlebihan maka akan mengurangi rasa cinta terhadap diri sendiri, merasa kurang puas dengan apa yang dia punya, yang menyebabkan individu malu dan tidak percaya diri di kehidupan sosial (Daulay, Sahroni, Fajariah, dan Alvi, 2023). Menurut Farida dan Abdillah (2021) perasaan itu disebabkan karena sering melihat postingan atau foto orang lain yang memiliki bentuk tubuh yang ideal, pencapaian akademik atau non akademik, kehidupan keluarga yang harmonis,

melakukan traveling, bepergian ke tempat yang sedang hits atau trend di sosial media (Fitri dkk, 2018).

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan sosial media tiktok dengan kepercayaan diri pada remaja awal?.

# METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berguna untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Subjek pada penelitian ini dipilih secara *purposive sampling*. Dalam teknik ini pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan dan memperhatikan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2017). Teknik ini digunakan agar peneliti bisa mendapatkan sampel yang sesuai dengan karakteristik dari subjek yang dibutuhkan.

Teknik pengumpulan data menggunakan skala *likert* yang akan dibagikan kepada subyek penelitian. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Peneliti menggunakan validitas konstruk untuk mengevaluasi sejauh mana alat ukur yang dibuat dapat mengukur tingkah laku dalam sampel berdasarkan teori konstruk yang relevan. Salah satu metode untuk mengukur validitas konstruk adalah dengan mengamati konsistensi internalnya (Anastasi & Urbina,

2007), yaitu dengan mengkorelasikan setiap item dengan skor total pada setiap dimensi, dan memilih item yang memiliki korelasi yang tinggi. Validitas konstruk dianggap terpenuhi jika koefisien korelasi lebih besar dari 0,30 (Azwar, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas konsistensi internal menggunakan metode *Alpha Cronbach*, yang hanya memerlukan satu sesi tes terhadap sekelompok subyek. Konsistensi dianggap baik jika nilai koefisien alpha mencapai atau melebihi 0,8 (Azwar, 2021).

Dalam penelitian ini, metode analisis data untuk menguji hipotesis akan melibatkan penggunaan uji statistik korelasi Product Moment yang dilakukan menggunakan program IBM SPSS *Statistics* (*Statistical Program for Social Science*) version 26.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh subjek pada penelitian ini berjumlah 211 orang remaja awal.

# Table 1. Usia Subjek

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Usia** | **N** | **Persentase** |
| 13 | 47 | 22,3 % |
| 14 | 40 | 19 % |
| 15 | 28 | 13,3 % |
| 16 | 23 | 10,9 % |

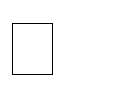
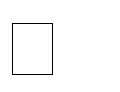
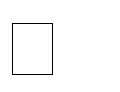
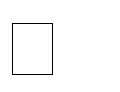
subjek dengan kercayaan diri sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Usia** | **N** | **Persentase** |  |
| 17 | 73 | 34,6 % |  |
| **Total** | **211** | **100%** |  |

# Tabel 3. Kategorisasi Data

**Kepercayaan diri**

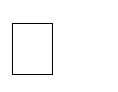
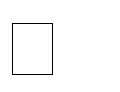
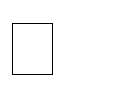
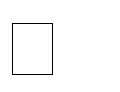
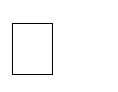
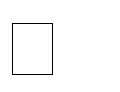
Katego ri



Pedoma Sk n or

N Persent ase

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Berdasarkan table diatas diketahui | Sangat  tinggi | ( | +1,5.  ) < X | 10  7 < | 31 | 14,7 % |
| jumlah subjek yang memiliki usia 17 tahun |  |  |  | X |  |  |
| paling banyak dibandingkan dengan usia | Tinggi | ( | +0,5. | 91 | 10 | 48,8 % |
| lainnya, yakni sebanyak 73 subjek dengan |  |  | ) ˂ X | < | 3 |  |
| persentase sebesar 34,6 %.  **Tabel 2. Jenis Kelamin Subjek** |  | ( | ≤  +1,5.  ) | X  ≤ 10 |  |  |
|  |  |  |  | 7 |  |  |

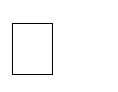
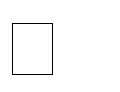


Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil sebaran data menunjukkan sebagian besar subjek berjenis

Sangat Renda h

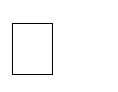
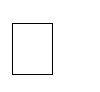
( – ≤

0,5. ) 74



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Kelamin** | **N** | **Persentase** |  | Sedan ( – 74 71 33,6 % g 0,5. ) < |
| Laki-Laki | 65 | 30,8% |  | ˂ X ≤ X  ( +0,5. ≤ |
| Perempuan | 146 | 69,2 % |  | ) 91 |
|  |  |  |  | Renda ( – 58 6 2,8 % |
| **Total** | **211** | **100%** |  | h 1,5. ) <  ˂ X ≤ X |

X ≤ ( – X



1,5. ) ≤

58

0 0%

kelamin perempuan, dengan persentase 69,2

% setara dengan 146 subjek. Sedangkan

Total 21

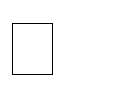
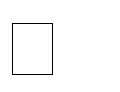
1

100%

yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak

Berdasarkan tabel 3, dengan jumlah

30,8 % setara dengan 65 subjek.



Selanjutnya, analisis deskriptif data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi skor hipotetik. Skala kepercayaan diri terdiri dari 33 aitem dengan 4 pilihan jawaban, diperoleh *mean* hipotetik sebesar 82,5 dan standar deviasi 16,5. Subjek penelitian kemudian diklasifikasikan ke dalam lima kategori kepercayaan diri, yaitu

subjek sebanyak 211 orang, ditemukan bahwa 48,8% (N=103) subjek memiliki kepercayaan diri yang tinggi, 33,6% (N=71) dengan kepercayaan diri sedang, 14,7% (N=31) subjek memiliki kepercayaan diri yang sangat tinggi dan 2,8% (N=6) subjek yang memiliki kepercayaan diri yang rendah. Oleh karna itu, dapat disimpulkan

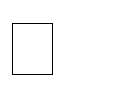
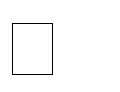
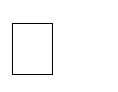
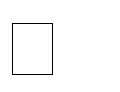
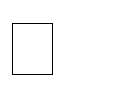
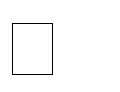
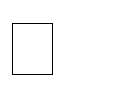
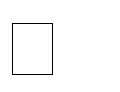
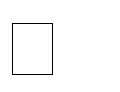
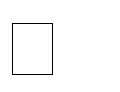
bahwa sebagian besar subjek memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi.

Selanjutnya skala intensitas penggunaan sosial media TikTok memiliki

19 aitem dengan 4 pilihan jawaban, diperoleh mean hipotetik sebesar 47,5 dan standar deviasi sebesar 9,5. Subjek penelitian diklisifikasikan kedalam lima kategori yakni, sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

tabel 4. Kategorisasi Data Intensitas Penggunaan Sosial Media Tiktok

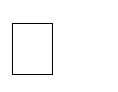
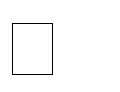
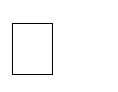
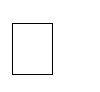
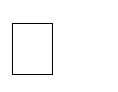
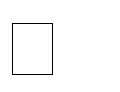
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Katego ri | Pedoma n | Sk or | N | Persent ase |
| Sangat tinggi | ( +1,5.  ) < X | 62  < X | 7 | 3,3% |
| Tinggi | ( +0,5.  ) ˂ X  ≤  ( +1,5.  ) | 52  < X  ≤ 62 | 43 | 20,4% |
| Sedan g | ( –  0,5. )  ˂ X ≤ ( +0,5.  ) | 43  < X  ≤ 52 | 87 | 41,2% |
| Renda h | ( –  1,5. )  ˂ X ≤ ( –  0,5. ) | 33  < X  ≤ 43 | 56 | 26,5% |
| Sangat Renda h | X ≤ ( –  1,5. ) | X  ≤ 33 | 18 | 8,5% |
| Total |  |  | 21  1 | 100% |



bahwa 41,2% (N=87) subjek memiliki intensitas penggunaan sosial media TikTok yang sedang, 26,5% (N=56) dengan intensitas penggunaan sosial media TikTok rendah, 20,4% (N=43) subjek memiliki intensitas penggunaan sosial media TikTok yang tinggi, 8,5% (N=18) subjek memiliki intensitas penggunaan sosial media TikTok yang sangat rendah dan yang terakhir 3,3% (N=7) subjek dengan intensitas penggunaan sosial media yang sangat tinggi. Oleh karna itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki tingkat intensitas penggunaan sosial media TikTok yang sedang.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas, untuk mengetahui apakah pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunaan statistik parametrik dengan *product moment* atau statistik non parametrik. Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data yang diukur memiliki sebaran data yang normal atau tidak.

# Tabel 5. Uji Normalitas



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kolmogorov-Smirnova | | | |
| Variabel | Statistic | df | p- value |
| Intensitas  Penggunaan Sosial Media TikTok | .060 | 211 | .060 |
| Kepercayaan Diri | .060 | 211 | .066 |

Berdasarkan tabel 4, dengan jumlah subjek sebanyak 211 orang, ditemukan

Dari tabel 5 hasil uji normalitas di atas, didapatkan nilai sig. Kolmogorov- Smirnov untuk variabel intensitas penggunaan sosial media TikTok 0.060 (p>0.050) dan untuk variabel kepercayaan diri 0.066 (p>0.050) maka disimpulkan data terdistribusi normal.

# Tabel 6. Uji Linieritas

.000 (p < 0,010) dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan sosial media TikTok dengan kepercayaan diri. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan sosial media TikTok, maka akan semakin rendah tingkat kepercayaan

diri. Sebaliknya, jika tingkat intensitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **F** | **Sig.** penggunaan sosial media TikTok semakin |
| Kepercayaan Diri- Intensitas PenggunaanS osial Media TikTok | 15,782 | rendah, maka akan semakin tinggi tingkat  kepercayaan diri. Hasil analisis diatas menyiratkan bahwa hipotesis yang diajukan  .000 % dalam penelitian ini dapat diterima.  **Tabel 8. Koefisien Determinan**  **R Square** |

Pada tabel 6, hasil verifikasi

linieritas kepercayaan diri dan intensitas penggunaan sosial media TikTok didapatkan F linearity =15.782 Sig. 0.000 (p<0.05); F deviation from linearity = .561 Sig.

***Kepercayaan Diri\*Intensitas Penggunaan Sosial Media TikTok***

0,076

(.005<0,05) maka variabel memiliki hubungan linier. Dengan begitu asumsi linieritas dapat terpenuhi.

# Tabel 7. Uji Hipotesis

Selanjutnya, dari hasil analisis data dalam penelitian ini juga didapatkan koefisien determinan (R2) sebesar 0,076. Hal ini menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan sosial media TikTok memberikan sumbangan efektif sebesar 7,6% terhadap variabel kepercayaan diri dan 92,4% sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi product moment diperioleh (rxy) = -.276 p =

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Keofisien Korelasi** | **Sig.** |
| Kepercayaan Diri- Intensitas PenggunaanS osial Media TikTok | 15,782 | .000 % |

Hasil penelitian ini mendukung temuan yang ada dalam penelitian sebelumnya oleh Suryadi dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan

negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri siswa dengan nilai signifikansi p=,000 (p<.001) dengan nilai *corelation coefficent* -0,430. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan sosial media maka akan semakin rendah tingkat kepercayaan dirinya, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian Pratama dan Rahayu (2023) juga mendapatkan hasil yang sama bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan tingkat kepercayaan diri memiliki angka koefisien korelasi bernilai negatif, yaitu -0,529. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Khoerunnisa dkk., (2021) tingginya intensitas penggunaan sosial media akan menyebabkan individu merasa ketidakpuasan terhadap dirinya karna terus membandingkan dirinya dengan pengguna lainnya.

Berdasarkan kategorisasi data variabel dalam penelitian ini, didapatkan sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki intensitas penggunaan sosial media TikTok pada kategori sedang yakni 87 subjek (41,2%). Menurut penelitian Darmawan dkk., (2023) aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan sosial media siswa berada pada kategori sedang yakni para murid merasa lebih mudah dikenali oleh lebih banyak orang jika mereka sering aktif disosial media. Selain itu, sosial media memudahkan para penggunanya untuk

memamerkan segala sesuatu yang dimiliki serta mendapatkan citra secara instan.

Sedangkan pada variabel kepercayaan diri sebagian besar subjek memiliki kepercayaan diri yang tinggi yakni 103 subjek (48,8%). Menurut Menurut Suryadi dkk., (2023) ada dua faktor yang bisa mempengaruhi tinggi dan rendah nya kepercayaan diri seseorang yakni internal dan eksternal. Komponen internal dari rasa percaya diri yakni, kemampuan dalam melakukan sesuatu, keberhasilanndalam mencapai sesuatu yang diinginkan atau diupayakan, dan kuatnya tekad untuk mencapai sesuatu. Sebaliknya jika faktor eksternal yaitu rumah, sekolah, lingkungan sekitar. Salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap rasa percaya diri seorang remaja adalah lingkungan teman sebayanya. Menurut Khoerunnisa dkk., (2021) seorang remaja yang dibesarkan oleh keluarga yang suportif maka cenderung akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

Berdasarkan data tersebut, dapat dibuktikan bahwa remaja awal pada penelitian ini rata-rata memiliki intensitas penggunaan sosial media TikTok yang sedang sehingga membuat remaja awal terhindar dari sikap kurang percaya diri. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa secara garis besar penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara intensitas penggunaan sosial media TikTok dengan kepercayaan diri pada remaja awal.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang didapatkan Adawiyah (2020) bahwa pengggunaan media sosial TikTok berpengaruh positif terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang. Perbedaan yang terjadi disebabkan karena pada penelitian Adawiyah (2020) menggunakan subjek remaja dengan rentang usia 15 - 19 tahun di Kabupaten Sampang, dengan begitu terdapat rentang subjek antara penelitian ini dan penelitian Adawiyah (2020). Kelemahan dari penelitian ini adalah ada kemungkinan bahwa responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap diinginkan daripada jawaban yang sebenarnya dan karakteristik penggunaan TikTok dapat berubah seiring waktu, yang dapat mempengaruhi hasil penelitian jika data dikumpulkan dalam periode waktu yang panjang. Hal tersebut dapat menyebabkan perbedaan hasil penelitian.

# KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara intensitas penggunaan sosial media TikTok dengan tingkat kepercayaan diri remaja awal. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan sosial media TikTok maka akan semakin rendah kepercayaan diri remaja awal begitupun sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan sosial media maka semakin tinggi tingkat kepercayaan diri pada remaja awal. Kemudian diketahui

bahwa variabel intensitas penggunaan sosial media TikTok mempunyai kontribusi sebanyak 7,6% terhadap kepercaaan diri remaja awal dan sisanya sebesar 92,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

# DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, R. (2021). Kepercayaan diri dan rasa iri pada mahasiswa pengguna media sosial instagram. Jurnal Spirits, 12(1), 1-8.

Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, *14*(2), 135–148. [https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7](https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504) [504](https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504)

Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality and behaviour. McGraw-hill education (UK).

Anastasi, A., & Urbina, S. (2007). Psychological Testing (7th ed.). Prentice Hall.

Andini, P. R. (2023). Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(1 Juni), 15-24.

Antu, M., Zees, R. F., & Nusi, R. (2023). Hubungan Kekerasan Verbal (Verbal Abuse) Orang Tua Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Remaja. *Jurnal Ners*, *7*(1), 425-433.

Azwar, S. (2021). Penyusunan Skala Psikologi. Pustaka Pelajar

Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-

Faktor yang Mempengaruhi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, *4*(1), 1–5. <https://doi.org/10.29210/02017182>

Ghufron, M Nur., & Suminta, Rini R. (2007). Teori-teori psikologi. Ar- ruzz Media.

Irawan, M. A., & Dewi, A. D. A. (2022).

Hubungan Berat Badan Berlebih, Pemilihan Makanan Dengan Kepercayaan Diri Pada Pelajar Sma Di Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Gizi Indonesia (JIGZI)*, *3*(1), 17–27.

[https://doi.org/10.57084/jigzi.v3i1.8](https://doi.org/10.57084/jigzi.v3i1.835) [35](https://doi.org/10.57084/jigzi.v3i1.835)

Kemp, S. (2023), DIGITAL 2023:

INDONESIA. Data Reportal Indonesia. Diakses pada tanggal 13 januari 2024. [https://datareportal-](https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2023-indonesia?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc) [com.translate.goog/reports/digital-](https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2023-indonesia?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc) [2023-](https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2023-indonesia?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)

[indonesia?\_x\_tr\_sl=en&\_x\_tr\_tl=id](https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2023-indonesia?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc) [&\_x\_tr\_hl=id&\_x\_tr\_pto=tc](https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2023-indonesia?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)

Khoerunnisa, R., Selian, T. M., & Nurvikarahmi, T. (2021). Peranan penggunaan instagram terhadap kepercayan diri remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *5*(3), 8723–

8731.

*Lauster, P. (1991). Tes Kepribadian (alih bahasa : D.H. Gulo). Jakarta: PT. Bumi Aksara*

Nasrul, R. F., & Rinaldi, R. (2020). Hubungan Body Shame Dengan Kepercayaan Diri Pada Siswa SMA N 5 Pariaman. *Jurnal Riset Psikologi*, *2020*(2).

Octavia, S.A. (2020). Motivasi Belajar Dalam Perkembangan Remaja. CV Budi Utama.

Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *7*(4), 549–556. [https://doi.org/10.30872/psikoborne](https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i4.4832) [o.v7i4.4832](https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i4.4832)

Pratama, G., & Octavia Rahayu, N. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Kpi Iuqi Bogor. *At- Tawasul*, *1*(1), 1–6. <https://doi.org/10.51192/ja.v1i1.105>

Putri, M. W. D., Ridha, M., & Zikra, Z. (2017). Hubungan antara dukungan sosial orangtua dengan kepercayaan diri siswa di SMP Negeri 22 Padang. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, *2*(1), 19-23.

Rais, M. R. (2022). Kepercayaan diri *(self confidence)* dan perkembangannya pada remaja. Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling, 12(1), 40-47.

Ramadhan, P. C., Rosdiana, A. M., & Karima, B. A. (2022). Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan Dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi Pada Mahasiswa Baru. *Jurnal Psikologi Malahayati*, *4*(2), 175–185. [https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.6](https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.6925) [925](https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.6925)

Ranjani, S., & Fauzi, T. (2018, July). Pengaruh sosial media terhadap kepercayaan diri siswa dalam pergaulan di Sekolah Menengah Atas Azharyah Palembang. In Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang.

Sa’diyah, M., Naskiyah, N., & Rosyadi, A.

R. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kesehatan Mental Mahasiswa Dalam Pendidikan Agama Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, *11*(03), 713.

[https://doi.org/10.30868/ei.v11i03.2](https://doi.org/10.30868/ei.v11i03.2802) [802](https://doi.org/10.30868/ei.v11i03.2802)

Sahroni, I., Daulay, A. A., Fajariah, I. S., & Alvi,

I. (2023). Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja: The Use Of Social Media On Adolescent Self Confidience. *SULUH: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *8*(2), 96-102.

Suryadi, P. M. R., Manangkot, M. V., Kamayani, M. O. A., & Yanti, N. P. E.

D. (2023). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN KEPERCAYAAN DIRI SISWA. Vol.11

Syahputra, A., & Rifandi, D. (2021). Hubungan Intensitas Media Sosial Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Awal the Relationship Between Social Media Intensity and Self-Confidence in Early Adolescents. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, *7*(2), 2615–

109.

Setiani, E., Afiah, N., Rahayu, M., & Haryanto, S. (2022). *PROSIDING Vol.1 No.1 2022*. *1*(1).

Zolanda Merinsky Putri Darmawan, Z. (2023). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN SELF-CONFIDANCE PADA REMAJA AWAL DI SMP N

18 SURAKARTA (Doctoral dissertation, Universitas Kusuma Husada Surakarta).