

***Self Confidence* Pada Mahasiswa Terhadap Penggunaan *Filter* Digital Di Media Sosial**

Rahmat Fauzi, Rogers Clinton P.H, Muhammad Farhan, Annisa Aprilia

Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstrak

Penggunaan *filter* digital di media sosial mulai marak terjadi di era digitalisasi ini. Penggunaan *filter* pada foto di media *sosial* berpengaruh terhadap kepercayaan diri dari penggunanya. Hal ini menarik untuk diteliti karena dalam penggunaan *filter* di media sosial membuat para penggunanya menjadi candu dan sudah menjadi keharusan dalam berekspresi di media sosial. 100 mahasiswa yang aktif dalam berekspresi di media *sosial* dilibatkan dalam pengambilan data untuk melihat gambaran keterkaitan *filter* digital dan kepercayaan diri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan skala kepercayaan diri. Teknik *statistik* deskriptif digunakan untuk menganalisis data penelitian. Hasil pengolahan data *statistik* deskriptif menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam taraf kepercayaan diri. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam pemilihan lokasi dan subjek pada penelitian.

Kata kunci: Mahasiswa, pengguna *filter* digital, kepercayaan diri

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan suatu alat berkomunikasi guna untuk dapat interaksi sosial terhadap orang lain yang sesama pengguna media sosial, dapat bekerja sama, dapat mudah menerima maupun memberikan informasi, dan mudah memrepresentasikan diri sendiri Rulli Nasrullah (dalam Feroza & Misnawati, 2020). Media sosial dapat memberikan akses untuk siapapun mudah dalam interaksi sosial, penyebaran informasi melalui media sosial, yaitu whatsapp, twitter, dan Instagram, sehingga media sosial dapat menerapkan filter digital dan menawarkan fitur yang dapat digunakan untuk para pengguna media sosial (Feroza & Misnawati, 2020). *Filter* merupakan fitur pengubah warna dan cahaya yang dapat digunakan saat swafoto atau pun swavidio, sehingga

penggunanya tidak perlu lagi melakukan *touch up* agar terlihat cantik dan menawan.

Kepercayaan diri (*Self-confidence*) adalah suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tidak terlalu sering merasa cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan. Hal ini juga disebabkan karena orang yang percaya diri akan selalu memiliki perasaan adekuat, merasa diterima, percaya pada diri sendiri, dan mempunyai sikap tenang dalam situasi sosial Guilford, 1959 (Wahyuni, 2015).

Miskell mendefinisikan percaya diri (*Self-confidence*) sebagai kepercayaan akan kemampuan sendiri yang memadai dan menyadari kemampuan yang dimiliki, serta dapat memanfaatkannya secara tepat (dalam Sholiha & Aulia, 2020). Selanjutnya, Maslow (dalam Saputro, Niko Dimas dan Suseno, 2019) menyebutkan percaya diri merupakan modal dasar untuk pengembangan aktualitas diri. Dengan percaya diri orang akan mampu mengenal dan memahami diri sendiri.

Sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Lauster 2022:4 (dalam Hafidz, 2016) menjelaskan kepercayaan diri adalah suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri.

Berdasarkan laporan *We Are Sosial* pada Januari 2022, menyebutkan bahwa *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang penggunanya kedua tertinggi setelah *Whatsap*, yang mengalahkan *Facebook*, *Tiktok*, *Telegram* dan *Twitter* di Indonesia, yaitu dengan presentase 84,8% pengguna yang aktif (Mahdi, n.d.). Sebanyak 39% dari 1.473 responden, berusia 11-21 tahun, mengatakan mereka merasa kesal karena tidak memiliki penampilan seperti di media sosial pada kehidupan nyata (Hallett 2020, n.d.).

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *filter* pada foto di media *sosial* berpengaruh terhadap kepercayaan diri dari penggunanya. Maka hal ini menarik untuk diteliti karena dalam penggunaan *filter* di media sosial membuat para penggunanya menjadi candu dan sudah menjadi keharusan dalam berekspresi di media sosial. Tujuan penelitian untuk digali, yaitu “adakah *self-confidence* (kepercayaan diri) terhadap mahasiswa pengguna filter media sosial?”.

TELAAH PUSTAKA

Pada jurnal penelitian pertama (Sari & Susilawati, 2022) dengan judul Motif Penggunaan *Filter Instagram* di kalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang, terdapat motif yang melatarbelakangi penggunaan *filter* digital, yaitu *in order to motive*, yaitu merujuk kepada tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang atau oleh aktor melakukan suatu tindakan atau disebut juga motif tujuan. Kemudian yang kedua, motif sebab (*because of motive*), yaitu motif yang melatarbelakangi mahasiswa perempuan melakukan tindakan menggunakan *filter* yang mempertimbangkan kondisi sosial dan ekonomi.

Penelitian terdahulu pada jurnal yang disusun oleh (Dwinanda, 2022) dengan judul Pengalaman Remaja Kelas Menengah Bawah Dalam Menggunakan Sosial Media *Instagram* dan Kaitannya Dengan Kepercayaan memiliki kesimpulan penelitian yaitu penggunaan *Instagram* berkaitan dengan kepercayaan diri. Selanjutnya pada jurnal yang disusun oleh (Arzam, 2018) dengan judul Hubungan Antara *Feeds Instagram* Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin memiliki kesimpulan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara *feeds Instagram* dengan Kepercayaan diri mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin.

Jurnal penelitian yang disusun oleh (Selviana & Yulinar, 2022) dengan judul Pengaruh *Self Image* dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto *Selfie* di Media Sosial *Instagram* memiliki kesimpulan

penelitian yaitu Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Self Image* dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di media sosial *Instagram*.

Pada jurnal penelitian yang disusun oleh (Pancarani, n.d.) memiliki kesimpulan yaitu media sosial sangat memberikan andil yang besar dalam tinggi rendahnya kadar *insecure* dan kepercayaan diri. Sebagian besar, remaja menyatakan bahwa media sosial memengaruhi kepercayaan diri bahkan dapat membuat kepercayaan diri itu hilang, sebab sebagian remaja menganggap bahwa media sosial merupakan representasi dirinya. Para remaja umumnya membagikan unggahan foto dirinya dengan menampilkan tubuh maupun wajah. Jelas pula, bahwasanya fisik menjadi salah satu hal terbesar yang membuat seorang remaja merasa *insecure*.

Dari ke lima jurnal penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya penggunaan media sosial khususnya *Instagram* dapat memengaruhi kepercayaan diri. Peneliti ingin melakukan pembaharuan dalam penelitian serupa yaitu mengukur kepercayaan diri pengguna *filter* di media sosial khususnya *Instagram* pada saat *selfie* di *Insta Story*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2013) menjelaskan bahwa kuantitatif merupakan suatu penelitian yang menggunakan angka-angka, seperti pengumpulan data, dan lain-lain. Penelitian menggunakan kuantitatif pendekatan regresi merupakan suatu metode penelitian kuantitatif dengan merumuskan persamaan ataupun fungsi matematis dapat menunjukkan suatu hubungan atau pengaruh antara 2 variabel maupun lebih (Kevin, 2021).

Populasi menurut Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah yang digeneralisasikan atas obyek/subjek dapat memiliki

kualitas dan karakteristik tertentu telah ditetapkan oleh peneliti guna untuk dipelajari setelah itu akan ditarik kesimpulannya. Peneliti menggunakan populasi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berjumlah 6.534 orang (Di & Perspektif, 2020). Sampel penelitian menggunakan *Convenience sampling*. Menurut Lembaga penelitian LP2M (2022) menjelaskan bahwa *Convenience sampling* merupakan suatu metode yang dikumpulkan data riset hasil dari kumpulan responden yang tersedia, guna untuk mudah dan cepat dijadikan sampel penelitian tersebut. Sampel penelitian ini dilaksanakan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang berlokasi di Bekasi dengan jumlah responden 100 mahasiswa. Skala dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan alternatif jawaban yang terdiri dari Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penelitian ini menggunakan analisis data dengan statistik deskriptif. Alat ukur ini disusun mengenai kepercayaan diri. Aspek-aspek kepercayaan diri yaitu percaya pada kemampuan diri, interaksi sosial, konsep diri, dan berani mengungkapkan pendapat dari Lauster (2012) (dalam Rahmawati, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menggunakan analisis data melalui uji descriptive statistic, uji tes-T, dan histogram menggunakan aplikasi JASP (*Jeffrey's Amazing Sattistic Program*) dapat digunakan untuk mengolah data penelitian kuantitatif. Pada uji descriptive statistic digunakan untuk mengubah data mentah menjadi data agar dapat mudah, akan tetapi bukan hasil data akhir.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	Kepercayaan Diri	
	Laki-Laki	Perempuan
Valid	38	62
Missing	0	0
Mean	43.474	42.532
Std. Deviation	5.055	5.184

Minimum	29	34
Maximum	54	70

Sumber. Hasil Analisis

Berdasarkan Uji coba Kepercayaan Diri dilakukan pada 100 Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa mayoritas subjek terbesar 62 orang perempuan dan 38 orang laki – laki. Pada hasil penyebaran kuesioner *Google Form* ini terdapat lebih banyak Perempuan yang mengisi kusioner tersebut.

Tabel 2 Independent Samples T-Test

	t	df	p
Kepercayaan Diri	0.890	98	0.376

Sumber. Student's t-test

Berdasarkan dilihat dari hasil *T-test* di atas terlihat bahwa dilihat bahwa P memiliki value 0,376 yang mana hasil $<0,5$ menjelaskan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan. Berarti H_0 nya ditolak tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan diri dengan *filter* digital di media sosial, baik pada laki-laki mau pun pada perempuan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan H_0 nya diterima dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam kepercayaan diri di media sosial.

Tabel 3. ANOVA – Kepercayaan Diri

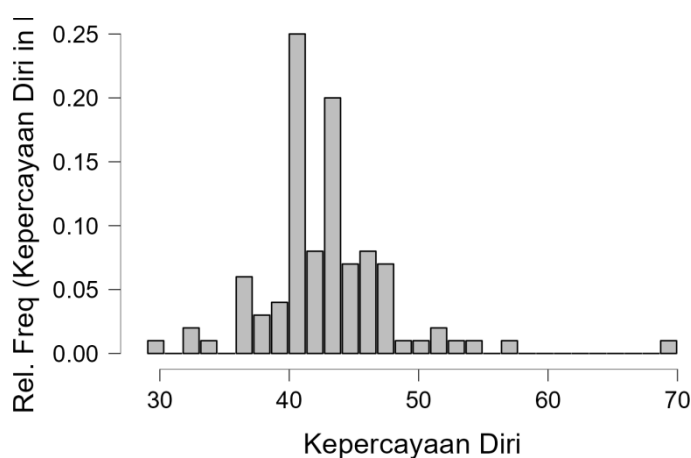
Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P
Jenis Kelamin	20.881	1	20.881	0.792	0.376
Residuals	2584.909	98	26.377		

Sumber. Hasil Analisis

Berdasarkan tabel 3 pada ANOVA dapat dilihat melalui self-confidence (kepercayaan diri) dilihat melalui jenis kelamin dengan derajat bebas (df) jenis

kelamin 1 dan 98 dari residuals, melihat dari mean square jenis kelamin 20.881 dan residuals 26.377. dilihat dari frekuensinya memperoleh 0.792. dan Pada hasil hipotesis dapat dilihat bahwa P memiliki value 0,376 yang mana hasil $<0,5$ menjelaskan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan diri dengan *filter* digital di media sosial, baik pada laki-laki mau pun pada perempuan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Gambar 1 Grafik Self-Confidence



Sumber. Hasil Analisis

Dalam table Grafik histogram diatas menunjukkan bawah responden terbanyak adalah perempuan. Yang berarti bahwa rata – rata atau kebanyakan perempuan menggunakan *filter* digital di media sosial ketimbang laki – laki.

Deskripsi data hasil penelitian diperoleh dari penyebaran skala pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan jumlah 14 item valid dan tidak ada yang gugur. Pada deskripsi hasil terdapat 100 responden, di antaranya 38 laki-laki dan 62 perempuan yang merasa kepercayaan dirinya dipengaruhi oleh aktivitas di media sosial, khususnya dalam penggunaan *filter* saat berfoto. Pada lampiran data yang berupa histogram di atas menampilkan bahwa tidak ada kecenderungan baik laki-laki atau pun perempuan mengenai

kepercayaan diri, terutama pada saat melakukan *selfie* dengan *filter* digital di media sosial. Pada hasil hipotesis dapat dilihat bahwa P memiliki value 0,376 yang mana hasil $<0,5$ menjelaskan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan diri dengan *filter* digital di media sosial, baik pada laki-laki mau pun pada perempuan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Artinya *filter* digital di media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan diri mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mahasiswa lebih cerdas menggunakan *filter* di media sosial. Jangan jadikan *filter* sebagai pencitraan di media sosial yang membuat mahasiswa tidak yakin akan dirinya. Sehingga membuat konsep diri negatif mencakup hal-hal yang berkaitan dengan dirinya seperti tidak mensyukuri apa yang telah dimiliki, rendah diri dan malu. Mahasiswa yang menggunakan *filter* di media sosial secara berlebihan yang akhirnya membuat perubahan dalam diri menjadi tidak terkontrol dan sama rata dilihat dari jenis kelamin antara mahasiswa laki-laki dan perempuan pada *self confidence* dalam menggunakan media sosial. Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti lebih lanjut mengenai citra diri pada mahasiswi yang ada di kota Makassar, agar data yang dihasilkan lebih spesifik. Peneliti selanjutnya diharapkan agar mampu mengumpulkan literatur mengenai citra diri karena literatur dalam penelitian masih kurang. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel yang berbeda. Agar hasil yang didapatkan dapat menambah wawasan bagi pembaca. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan subjek yang lebih luas, lebih cermat lagi memilih subjek dan ketepatan kriteria subjek.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arzam, M. H. (2018). *Hubungan Antara Feeds Instagram Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin*.
- Di, K., & Perspektif, I. (2020). Universitas Bhayangkara Jakarta Raya E-mail: *Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum*, 6(1), 65–78.
- Dwinanda, M. V. (2022). *Pengalaman Remaja Kelas Menengah Bawah Dalam Menggunakan Sosial Media Instagram Dan Kaitannya Dengan Kepercayaan Diri*.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Hafidz, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Ketergantungan Media Sosial Pada Siswa Di SMK Negeri 1 Bantul. *Bimbingan Dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan.*, 1–10.
- Hallett 2020. (n.d.). BBC News.
- Kadi, A. P. U. (2019). Hubungan Kepercayaan Diri dan Self Regulated Learning Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Psikologi Tahun 2013 (Mahasiswa Psikologi Universitas Mulawarman). *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 5(1), 1689–1699.
- Kevin. (2021). *Regresi: Pengertian, Macam, Rumus, dan Contoh Soal*. Rumus Pintar. <https://rumuspintar.com/regresi/#:~:text=Regresi adalah suatu metode statistik dengan merumuskan persamaan,kuantitatif. Berikutnya akan dijelaskan mengenai contoh penerapan regresi.>
- Lembaga penelitian LP2M. (2022). Mengenal Convenience Sampling: Definisi, Keuntungan dan Contohnya. *Adminlp2M*, 1–8.

- Mahdi, M. I. (n.d.). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022*.
- Pancarani, irischa A. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Rasa Insecure dan Kepercayaan Diri Pada Remaja*. Kumparan.com.
- Rahmawati, R. (2017). Upaya peningkatan kepercayaan diri siswa melalui layanan bimbingan pribadi sosial klasikal dengan menggunakan media permainan titian balok. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25.
- Sari, L. N., & Susilawati, N. (2022). Motif Penggunaan Filter Instagram dikalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 217–227. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.625>
- Selviana, S., & Yulinar, S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRA-ITH HUMANIORA*, 6(1), 37–45.
- Sholiha, S., & Aulia, L. A.-A. (2020). Hubungan Self Concept dan Self Confidence. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 7(1), 41–55. <https://doi.org/10.35891/jip.v7i1.1954>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Erlangga.
- Yopie Arie Wahyuni. (2015). Tingkat Kepercayaan Diri Purnawirawan Polri Dalam Hidup Bermasyarakat Di Kota Madiun. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.