

**PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF*
ESTEEM REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh :

Rania Nur Aini

NIM 200401110166

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

HALAMAN JUDUL

PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF ESTEEM* REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG

SKRIPSI

Diajukan kepada
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Rania Nur Aini
NIM. 200401110166

FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG


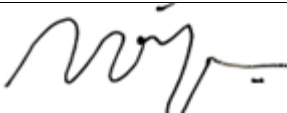
2024

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF ESTEEM* REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG

SKRIPSI

Oleh:
Rania Nur Aini
NIM. 200401110166

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal persetujuan
Dosen Pembimbing I <u>Dra. Siti Mahmudah, M.si</u> NIP. 1971029199432001		27 Mei, 2024
Dosen Pembimbing II Muhammad Arif Furqon, M. Psi NIP.199006142023211023		28 Mei, 2024

Malang, 23 Juli 2024
Mengetahui,
Ketua Program Studi

Yusuf Ratu Agung, MA
NIP. 198010202015031002



HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF ESTEEM*
REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG
SKRIPSI

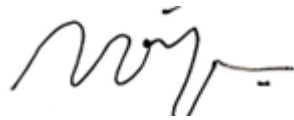
Oleh:

Rania Nur Aini 200401110166

Telah diujikan dan dinyatakan lulus oleh Dewan Penguji Skripsi dalam
Majlis Sidang Skripsi pada tanggal 23 Juli 2024

DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Sekretaris Penguji



Muhammad Arif Furqon, M. Psi.

NIP. 197502202003122004

Ketua Penguji



Dr. Siti Mahmudah, M.Si

NIP. 19671029199432001

Penguji Utama



Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si.

NIP. 197605122003121002

Disahkan Oleh,
Dekan

Prof. Dr. Rifa Hidayah, M. Si



NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik
Ibrahim
Malang

Assalamu'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul:

**PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF*
ESTEEM REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG**

Yang ditulis oleh :

Nama : Rania Nur Aini

NIM : 200401110166

Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Malang, 27 Mei 2024

Dosen Pembimbing 1,



Dr. Siti Mahmudah, M.Si

NIP. 19671029199432001

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik
Ibrahim
Malang

Assalamu'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul:

**PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF*
ESTEEM REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG**

Yang ditulis oleh :

Nama : Rania Nur Aini

NIM : 200401110166

Program : S1 Psikologi

Malang, 28 Mei 2024

Dosen Pembimbing 2,



Muhammad Arif Furqon, M.Psi

NIP. 199006142023211023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rania Nur Aini
NIM : 200401110166
Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **PENGARUH KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *SELF ESTEEM* REMAJA DI SMA PGRI 1 JOMBANG** adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sangsi.

Malang, 25 Mei 2024

Penulis



Rania Nur Aini
200401110166

MOTTO

*“Sesungguhnya perbuatan-perbuatan yang baik menghapuskan (dosa)
perbuatan-perbuatan yang buruk”*

(Q.s Huud : 114)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

(Q.s Al-Mukmin : 60)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini. Sholawat dan salam tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Ucapan ucapan terima kasih penulis hanturkan kepada pihak pihak yang memiliki peran besar bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. Skripsi ini dipersembahkan kepada yang terkasih kedua orang tua tercinta, “abah” yang senantiasa merawat dan bekerja keras membiayai kebutuhan saya dari kecil hingga detik ini, “mama yang senantiasa merawat dan mengajari saya banyak hal. Serta adek Qiara tersayang
2. Kepada mbahkung dan mbahti yang selalu mendoakan dan mensupport saya, serta menasehati saya tentang kehidupan
3. Kepada Om miko dan tante Yanti yang selalu bersedia merawat, menjaga, dan membimbing saya selama saya berkuliah di Malang.
4. Teman-teman dekat saya semasa kuliah terutama mereka yang senantiasa membantu dan menemani masa perkuliahan saya Noureel, Cindy, Rima, sely.
5. Terakhir kepada diri sendiri yang selalu berusaha tetap kuat dan tegar dalam menjalani hidup terimakasih Rania.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul Pengaruh Kecandua Media Sosial Terhadap *Self Esteem* Remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG. Sholawat serta salam semoga selalu terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Terdapat beberapa pihak yang selalu ikut berpartisipasi dalam memberikan bantuan dan dukungan. Sehingga penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Rifa Hidayah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Yusuf Ratu Agung, M.A, selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Siti Mahmudah, M. Si, selaku dosen wali akademik yang selalu memberikan informasi, masukan, dan pengarahan dalam segala aktivitas akademik di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Dr. Siti Mahmudah, M. Si dan Bapak Muhammad Arif Furqon M. Psi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi serta meluangkan waktunya sehingga karya tulis ilmiah (skripsi) ini dapat terselesaikan.

6. Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi serta meluangkan waktunya sehingga karya tulis ilmiah (skripsi) ini dapat terselesaikan.
7. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara material maupun moral sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta seluruh civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang luar biasa saat belajar di kampus tercinta ini.
9. Segenap staff dan karyawan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang senantiasa memberikan kemudahan dalam segala administrasi dengan sabar.
10. Para responden yang berperan besar untuk meluangkan waktunya terlibat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
11. Pihak SMA PGRI 1 JOMBANG yang memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat kepada berbagai pihak, terkhusus menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan Psikologi. Terima kasih, semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada pihak yang terlibat dalam kelancaran menyelesaikan tugas akhir ini.

Malang, April 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rania Nur Aini', written in a cursive style.

Rania Nur Aini

200401110166

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iv
NOTA DINAS.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT	xx
خلاصة.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
1. Mengetahui tingkat kecanduan media sosial para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG	9
2. Mengetahui tingkat <i>self esteem</i> remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG.	9
3. Mengetahui bagaimana pengaruh perilaku kecanduan media sosial terhadap <i>self esteem</i> remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG	9

D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. <i>Self Esteem</i>	11
1. Definisi <i>Self Esteem</i>	11
2. Faktor yang mempengaruhi <i>self esteem</i>	16
3. Aspek-aspek <i>self esteem</i>	22
4. <i>Self Esteem</i> menurut prespektif islam	23
B. Kecanduan media sosial	27
1. Pengertian kecanduan media sosial	27
2. Faktor kecanduan media sosial.....	31
3. Aspek kecanduan media sosial.....	35
C. Kecanduan media sosial dalam perspektif islam	37
D. Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian	41
B. Variabel Penelitian	41
1. Variabel terikat (Y)	41
2. Variabel Bebas (X)	42
C. Definisi Operasional.....	42
1. Kecanduan Media Sosial	42
2. <i>Self Esteem</i>	42
D. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43

2. Sampel	43
E. Tempat Penelitian.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Instrumen Pengumpulan Data	45
1. Skala Kecanduan Media Sosial	46
2. Skala <i>Self Esteem</i>	47
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	50
I. Teknik Analisi Data	51
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Linearitas	51
3. Uji Analisis deskriptif	52
4. Uji Multikolinieritas	52
5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	53
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Deskripsi Lokasi dan Objek Penelitian	54
B. Pelaksanaan Penelitian	55
1. Waktu dan Tempat	55
2. Jumlah Subjek Penelitian.	55
C. Hasil Penelitian.....	56
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
2. Analisis Deskriptif.....	58
D. Metode Analisis Data	63

1. Uji Normalitas	63
2. Uji Linearitas	65
3. Uji Multikolinearitas	66
4. Analisis Linear Sederhana	66
5. Uji Simultan (Uji F)	69
E. Pembahasan.....	70
a. Tingkat Kecanduan Media Sosial remaja di SMA PGRI 1 Jombang	70
b. Tingkat <i>self esteem</i> remaja di SMA PGRI 1 Jombang	72
BAB V KESIMPULAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76

DAFTAR TABEL

Table 3. 1 Skor Skala Likert.....	46
Table 3. 2 Skala Kecanduan Media Sosial.....	47
Table 3. 3 Skala <i>Self esteem</i>	48
Table 4. 1 Reliabilitas Skala Kecanduan Media Sosial.....	57
Table 4. 2 Reliabilitas Self Esteem	58
Table 4. 3 Uji Analisis Deskriptif	59
Table 4. 4 Uji Analisis Deskriptif Kecanduan Media Sosial	60
Table 4. 5 Uji Analisis Deskriptif <i>Self Esteem</i>	62
Table 4. 6 Hasil Uji Normalitas	64
Table 4. 7 Uji Linearitas.....	65
Table 4. 8 Uji Multikolinearitas	66
Table 4. 9 Uji Linear Sederhana.....	68
Table 4. 10 Uji F	69
Table 4. 11 Uji R.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Presentase Aspek Kecanduan Media Sosial	61
Gambar 4. 2 Presentase Aspek Self Esteem.....	63
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Plot.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Responden.....	83
Lampiran 2 Data penelitian	87
Lampiran 3 Uji Validitas.....	88
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	90
Lampiran 5 Uji Analisis Deskriptif.....	90
Lampiran 6 Uji Normalitas	91
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	92
Lampiran 8 Uji Linearitas	92
Lampiran 9 Uji Linear Sederhana	93
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	94
Lampiran 11 Surat Keterangan Selesai Penelitian	95

ABSTRAK

Nur Aini, Rania. 2024. *Pengaruh Kecanduan Media Sosial Terhadap Self Esteem Remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG.*

Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen pembimbing : Dra. Siti Mahmudah, M.Si

Kata Kunci : Kecanduan Media Sosial, Self esteem

Kecanduan media sosial merupakan fenomena di mana individu menghabiskan waktu yang berlebihan untuk berinteraksi di platform-platform tersebut, seringkali mereka mengorbankan aktivitas di dunia nyata. Kecanduan media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mempengaruhi self esteem individu, terutama di kalangan remaja. Self esteem adalah penilaian dan persepsi individu terhadap nilai dan harga diri sendiri. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memperburuk perasaan dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri, karena kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain yang seringkali hanya menampilkan sisi positif hidup mereka. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh kecanduan media sosial terhadap self esteem remaja di SMA PGRI 1 Jombang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Pengambilan sampel secara non-probability sampling menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 220. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah “*Social Media Addiction Scale--Student Form (SMAS-SF)*” yang dikembangkan dari mempelajari penelitian tentang kecanduan media sosial oleh Al-Menayes, Griffiths dan tokoh lain yang dimodifikasi oleh Cengiz Sahin dan “*Rosenberg Self Esteem Scale*” oleh Rosenberg “Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian dapat disimpulkan: 1) Siswa remaja di SMA PGRI 1 Jombang sebagian besar memiliki tingkat kecanduan media sosial dengan kategori “sedang” tetapi memiliki kecenderungan kecanduan media sosial. 2) Semakin seseorang memiliki kecenderungan Kecanduan Media Sosial maka semakin tinggi pula tingkat self esteem negatif seseorang, sehingga kecanduan media sosial berpengaruh terhadap self esteem dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$

ABSTRACT

Nur Aini, Rania. 2024. The Effect of Social Media Addiction on Adolescent Self Esteem at PGRI 1 JOMBANG High School.

Thesis. Faculty of Psychology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Supervisor: Dra. Siti Mahmudah, M. Si

Keywords: Social Media Addiction, Self esteem

Social media addiction is a phenomenon where individuals spend excessive time interacting on these platforms, often at the expense of real-world activities. Social media addiction has become a phenomenon that increasingly affects individuals' self esteem, especially among adolescents. Self esteem is an individual's judgement and perception of one's own value and worth. Excessive use of social media can exacerbate feelings and dissatisfaction with oneself, due to the tendency to compare oneself with others who often only show the positive side of their lives. the purpose of this study is to determine the effect of social media addiction on adolescent self esteem at SMA PGRI 1 Jombang.

This research is correlational quantitative research. Non-probability sampling using purposive sampling technique with 220 respondents. The measuring tools used in this study were the 'Social Media Addiction Scale--Student Form (SMAS-SF)' which was developed from studying research on social media addiction by Al-Menayes, Griffiths and other figures modified by Cengiz Sahin and the 'Rosenberg Self Esteem Scale' by Rosenberg. The data collected were then analysed using simple regression analysis techniques.

The research results can be concluded: 1) Teenage students at SMA PGRI 1 Jombang mostly have a level of social media addiction with a 'moderate' category but tend to be addicted to social media. 2) The more a person tends to be addicted to social media, the higher the level of one's negative self esteem, so that social media addiction affects self esteem with a significant value of $0.000 < 0.005$.

خلاصة

SMA PGRI 1 نور آني ، رانيا. 2024. تأثير إدمان وسائل التواصل الاجتماعي على شباب تقدير الذات في Jombang.

أطروحة. كلية علم النفس ، مولانا مالك إبراهيم الجامعة الإسلامية مالانج

المشرف: درا. سيتي محمودا ، ماجستير

الكلمات الرئيسية: مدمن على وسائل التواصل الاجتماعي واحترام الذات

إدمان وسائل التواصل الاجتماعي هو ظاهرة حيث يقضي الأفراد وقتًا مفرطًا للتفاعل في هذه المنصات ، وغالبًا ما يضحون بالأنشطة في العالم الحقيقي. أصبح الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي ظاهرة تؤثر بشكل متزايد على احترام الذات الفردي ، وخاصة بين المراهقين. احترام الذات هو تقييم الفرد وتصوره لقيمه وفخره. يمكن أن يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي إلى تفاقم المشاعر وعدم الرضا عن نفسك ، بسبب الميل إلى مقارنة أنفسهم مع الآخرين الذين غالبًا ما يعرضون الجانب الإيجابي من حياتهم. كان الغرض من هذه PGRI 1 الدراسة هو تحديد تأثير إدمان وسائل التواصل الاجتماعي على المراهقين احترام الذات في مدرسة Jombang الثانوية.

هذا البحث هو بحث كمي مرتبط. أخذ عينات من أخذ العينات غير الاحتمالية باستخدام تقنية أخذ العينات و ، Cengiz Sahin 2018 الهادفة مع 220 من أدوات المجيبين. وغيرها من الأرقام التي تم تعديلها بواسطة التي تم جمعها بعد ذلك باستخدام تقنيات " Rosenberg " بواسطة " Rosenberg Self Erear " مقياس تحليل الانحدار البسيطة.

لديهم في الغالب SMA PGRI 1 Jombang يمكن الانتهاء من نتائج الدراسة: (1) الطلاب المراهقين في مستويات من إدمان وسائل التواصل الاجتماعي مع الفئة "المتوسطة" ولكن لديهم ميل إلى الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي. (2) كلما زاد ميل الشخص إلى أن يكون مدمنًا على وسائل التواصل الاجتماعي ، كلما انخفض مستوى احترام الذات ، بحيث تكون وسائل التواصل الاجتماعي مدمنًا على احترام الذات بقيمة كبيرة تبلغ 0،000 >0.005

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aplikasi media sosial menjadi lebih marak digunakan dalam era globalisasi saat ini serta dianggap menyebabkan kecanduan pada penggunanya (Tomang 2013). Orang yang kesulitan mengatur atau mengontrol penggunaan media sosial hingga menjadi suatu kebiasaan dikatakan mengalami kecanduan media sosial. Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter hanyalah beberapa platform jejaring sosial yang baru-baru ini mendapatkan popularitas namun masih tergolong baru. Pengguna media sosial dapat saling berlombalomba menunjukkan eksistensinya dengan mengunggah foto dan video keseharian mereka menggunakan berbagai alat di media sosial, khususnya bagi para remaja saat ini. Fenomena tersebut dapat menyebabkan, kecemasan dan kecemburuan sosial bahkan dapat mengakibatkan stres dan depresi. (Budiastuti dan Bandur, 2018)

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara jasa Internet Indonesia atau APJII 2024, tingkat pengguna internet di Indonesia telah mencapai 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 1,4%. "Hal ini menunjukkan adanya konsistensi peningkatan grafik tren positif penetrasi internet Indonesia selama lima tahun terakhir yang meningkat secara signifikan," ujar Ketua Umum APJII Muhammad Arif, Rabu (31/1/2024) di Kantor APJII, Jakarta, saat merilis hasil survei pengguna internet tersebut.

Indonesia mencapai tingkat penetrasi internet sebesar 64,8% pada tahun 2018. Setelah itu, 73,7% pada tahun 2020, 77,01% pada tahun 2022, dan 78,19% di 2023. Sebagian besar pengguna internet, khususnya 34,40%, merupakan bagian dari Generasi Z (remaja saat ini yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012). Generasi Milenial, yang lahir antara tahun 1981 dan 1996, terdiri dari 30,62%. Survey DataIndonesia.id menunjukkan bahwa terdapat 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Januari 2023. Angka ini mewakili 60,4% dari total populasi Indonesia.

Masa remaja merupakan tahapan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang ditandai dengan sejumlah perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional. Remaja mengalami perubahan sosio-emosional yang menyebabkan mereka menjadi lebih fokus pada teman sebayanya dan tidak jarang cenderung memiliki masalah dengan orang tuanya (Santrock, 2012). Oleh karena itu, masa remaja lebih penuh gejolak dibandingkan fase perkembangan lainnya. Hal ini menjadikannya penting untuk memberikan perhatian pada masa remaja.

Masa remaja merupakan tahap perkembangan yang terjadi antara usia 12 dan 13 tahun dan berakhir pada akhir masa remaja atau awal dua puluhan. Ini adalah masa transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa menurut Papalia, dalam (Adishesa, 2020). Di sini, kedewasaan tidak hanya mengacu pada perkembangan fisik tetapi juga, khususnya, perkembangan sosial dan psikologis. menurut Muang-man, terdapat tiga kriteria: psikologis, sosial ekonomi dan biologis (Sarwono 2006).

Masa remaja akhir adalah Ketika seseorang mencapai umur 16 hingga 22 tahun, mereka mengalami peralihan dari masa remaja akhir ke masa dewasa, yang merupakan proses yang agak berlarut-larut. Sebagai salah satu jenis orientasi masa depan, seseorang akan mempertimbangkan tujuan dan dinamika hubungannya dengan orang tuanya sepanjang tahap perkembangan ini (Syamsu Yusuf dan Nani M Sugandhi, 2014).

Mayoritas para remaja percaya bahwa semakin banyak aktivitas media sosial yang mereka tampilkan, mereka akan dianggap semakin gaul dan keren atau kekinian. Namun, remaja yang tidak memiliki akun media sosial biasanya dipandang kurang gaul atau ketinggalan jaman (Suryani & Suwarti, 2014). Remaja merupakan salah satu pengguna media sosial, namun mereka masih belum mampu melakukan aktivitas produktif. Mereka juga sering kali menyerah pada tekanan sosial media sosial tanpa mempertimbangkan potensi konsekuensi dari tindakan mereka (Ekasari & Dharmawan, 2012). Remaja yang kecanduan media sosial akan menjadi sangat bergantung pada media sosial sehingga mereka rela meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk mencari serta mencapai kepuasan (Fauziawati, 2015).

Kecanduan media sosial adalah fenomena psikologis yang ditandai dengan waktu yang dihabiskan secara berlebihan untuk berinteraksi dengan platform media sosial, didorong oleh rasa ingin tahu yang tinggi, kurangnya kegiatan produktif dalam aktivitas sehari-hari, dan kurangnya control terhadap diri sendiri, dan (Lestari & Winingsih, 2020).

Individu menjadi sangat jarang melakukan aktivitas produktif dan fisik yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan interaksi yang berlebihan. Penggunaan media sosial secara terus-menerus dan kompulsif oleh remaja telah menjadi perilaku atau kebiasaan yang sering dijumpai dalam kehidupan saat ini. Remaja juga menggunakan media sosial secara konsisten dan berulang-ulang, dalam segala situasi. Gejala yang biasa ditunjukkan oleh remaja antara lain terlibat dengan media sosial selama kegiatan belajar, remaja mengalami perasaan bingung dan bosan jika mereka tidak dapat terlibat dengan platform media sosial. Dampak buruk terhadap kesehatan juga mengancam seseorang yang mengalami kecanduan media sosial.

Menurut Menayes (2015), perspektif tambahan diberikan dengan menyoroti kesamaan antara kecanduan internet dan kecanduan media sosial, dengan perbedaan utama terletak pada penggunaan perangkat seluler. Oleh karena itu, pernyataan yang disebutkan di atas menyiratkan bahwa kecanduan internet mencakup lebih dari sekadar keterlibatan sementara, karena hal ini juga menandakan tidak adanya pengaturan diri dan konsekuensi sosial yang substansial.

Konsep *self esteem* memiliki arti penting, terutama keterlibatannya dalam kegiatan, dan kecenderungan untuk membandingkan diri sendiri dengan orang dewasa atau orang lain yang dihormati. Selama masa remaja, individu terlibat dalam tugas-tugas perkembangan sosio-emosional yang memfasilitasi

pengembangan kesadaran diri dan fokus yang lebih tinggi pada pertumbuhan dan kesejahteraan pribadi mereka.

Tingkat *self esteem* tampaknya bervariasi di berbagai tahap kehidupan individu. Sebuah studi cross-sectional dilakukan untuk menilai *self esteem* dengan menggunakan sampel yang beragam, termasuk 326.641 orang dengan rentang usia 9 hingga 90 tahun. Lintasan *self esteem* menunjukkan pola penurunan selama masa remaja, diikuti dengan tren kenaikan di usia 20-an, mencapai tingkat yang stabil di usia 30-an. Selanjutnya, *self esteem* mengalami peningkatan lebih lanjut selama usia 50-an dan 60-an, tetapi mengalami penurunan berikutnya pada usia 70-an dan 80-an.

Pada sebagian besar kelompok usia, umumnya terlihat bahwa pria cenderung menunjukkan tingkat *self esteem* yang lebih tinggi dibandingkan dengan wanita. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Santrock (2007) menemukan bahwa remaja perempuan menunjukkan *self esteem* yang lebih rendah dibandingkan dengan remaja laki-laki. Lebih jauh lagi, *self esteem* yang rendah ini telah dikaitkan dengan penyesuaian diri yang lebih buruk secara keseluruhan dalam hal kesehatan.

Perkembangan *self esteem*, yang mencakup *self esteem* secara keseluruhan dan *self esteem* yang spesifik, dimulai pada masa kanak-kanak dan berlanjut hingga dewasa, meskipun mengalami penurunan pada masa remaja (Bos, Muris, Mulken, & Schaalma, 2006). Penurunan harga diri global di kalangan remaja dalam skala dunia dapat dikaitkan dengan fase badai dan stres

yang terjadi selama masa remaja. Fase ini ditandai dengan beberapa perubahan dalam domain biologis, kognitif, sosial, psikologis, dan akademis (Robins et al, sebagaimana dikutip dalam Bos, Muris, Mulkens, & Schaalma, 2006).

Menurut Baldwin dan Hoffman (Guindon, 2010) dalam (muhammad Iqbal, 2011), remaja yang memiliki *self esteem* yang rendah selama masa kanak-kanak memiliki banyak tantangan, selama masa remaja dan sering bergulat dengan perasaan tidak mampu di berbagai hal. Lebih lanjut, dalam kaitannya dengan fungsi hubungan sosial, bukti empiris menunjukkan bahwa remaja yang memiliki *self esteem* yang rendah cenderung mengalami tingkat penerimaan diri yang lebih rendah dari teman sebayanya. Menurut McClure (2010) dalam (muhammad Iqbal, 2011), remaja yang memiliki *self esteem* yang rendah lebih memilih untuk terlibat dalam perilaku yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari teman sebayanya. Sejumlah penelitian empiris secara konsisten menunjukkan korelasi yang signifikan antara *self esteem* yang rendah dengan munculnya gejala psikopatologis di kalangan remaja. Gejala-gejala ini mencakup berbagai penyakit psikologis seperti kecemasan, depresi, dan gangguan makan, seperti yang terlihat pada temuan Bos, Muris, Mulkens, dan Schaalma (2006) dalam (Beta DKK, 2018). Masalah *self esteem* yang tidak terselesaikan selama masa remaja dapat mengakibatkan kurangnya kesadaran diri dan pemahaman yang tidak lengkap tentang kemampuan seseorang, sehingga menghambat kemampuan untuk mendefinisikan identitas seseorang dan menetapkan tujuan masa depan di masa dewasa.

Pentingnya menangani kebutuhan *self esteem* individu, terutama di kalangan remaja, sangat terkait dengan konsekuensi buruk yang mungkin timbul tanpa adanya *self esteem* yang kuat. Individu dapat menghadapi tantangan dalam menunjukkan perilaku sosial mereka, mengalami perasaan rendah diri dan tidak nyaman. Namun demikian, ketika kebutuhan *self esteem* individu terpenuhi dengan baik, ada kemungkinan yang lebih tinggi bagi mereka untuk secara efektif menunjukkan perilaku sosial mereka, menunjukkan kepercayaan diri, dan mengalami rasa berharga dalam lingkungan sosial mereka.

Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial merupakan faktor penentu yang signifikan dalam perkembangan *self esteem* di kalangan remaja (Evelin, 2020). Alasannya adalah karena generasi remaja saat ini merupakan bagian dari generasi digital native, yang ditandai dengan kedekatan mereka dengan teknologi. Generasi ini lahir pada masa kemunculan ponsel pintar, tumbuh dewasa seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi komputer, dan menikmati akses yang lebih besar terhadap internet dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Repi, 2019). Sebuah studi yang dilakukan oleh Woods dan Scott (2016) dalam (Repi, 2019), penggunaan platform media sosial yang berlebihan berpotensi berdampak negatif *self esteem* remaja, yang mengarah pada tingkat *self esteem* yang lebih rendah.

Beberapa penelitian telah menunjukkan dampak signifikan dari penggunaan media sosial terhadap *self esteem*, terutama dalam kaitannya dengan kompensasi sosial dan motif peningkatan sosial. Artikel berjudul " *Why*

I'm Happier Without Instagram and Facebook " (XOVA, 2018) dalam (Ika Anuari, 2018) menyoroti potensi dampak negatif terhadap emosi dan *self esteem* yang diakibatkan oleh faktor-faktor yang tampaknya sepele, seperti jumlah like dan komentar pada sosial media. Hastuti (2016) menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam dampak keberhargaan diri pada individu adalah penerimaan umpan balik positif, seperti "suka" atau komentar, setelah mereka mengunggah foto di sosial media.

Urgensi penelitian tentang pengaruh kecanduan media sosial terhadap siswa remaja dirasa sangat penting, karena peneliti melihat tingginya frekuensi penggunaan media sosial terhadap kalangan remaja pada era globalisasi ini, lalu mayoritas remaja saat ini yang tumbuh dan belajar di era kemajuan teknologi juga membuat peneliti ingin mengetahui tingkat *self-esteem* remaja khususnya kalangan siswa SMA.

Berdasarkan paparan fenomena diatas, memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian tentang pengaruh perilaku kecanduan media sosial terhadap *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG. Seperti diketahui bahwa siswa SMA PGRI 1 JOMBANG merupakan para remaja yang berusia 16-18 tahun. Di sekolah, para siswa ini diperbolehkan membawa dan memakai gadget untuk proses pembelajaran. Hal itu dapat sangat memungkinkan para siswa remaja ini untuk membuka media sosial kapanpun. Sehingga, penelitian ini dirasa penting dan perlu dilaksanakan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi atau pemahaman kepada institusi pendidikan, para orang tua serta para remaja terutama siswa SMA agar dapat dijadikan dasar pemikiran

atau acuan untuk mengarahkan dan menggunakan media sosial dengan bijak dan positif.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kecanduan media sosial para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG?
2. Bagaimana tingkat *self esteem* para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG?
3. Apakah terdapat pengaruh perilaku kecanduan media sosial terhadap *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kecanduan media sosial para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG
2. Mengetahui tingkat *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh perilaku kecanduan media sosial terhadap *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian tentang pengaruh kecanduan media sosial dengan *self esteem* ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan maupun sebagai pijakan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya serta bermanfaat sebagai kerangka dasar dalam pengembangan ilmu psikologi kedepannya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap penulis dan pembaca sehingga dapat membantu memahami perilaku siswa terkait pengaruh perilaku kecanduan media sosial terhadap *self esteem* para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Self Esteem

1. Definisi Self Esteem

Konsep *self esteem* secara ringkas dapat diartikan sebagai evaluasi subjektif individu terhadap diri mereka sendiri dalam kaitannya dengan signifikansi yang mereka rasakan atas pencapaian, hubungan sosial yang baik, dan kondisi psikologis mereka Vohs & Baumeister dalam buku (Cristopher J murk, 2003). *self esteem* diyakini dibentuk oleh interaksi individu dengan lingkungannya (Jamie Arndt, 2003). Ketika individu mengalami interaksi yang positif dalam hubungan mereka, *self esteem* mereka cenderung dipengaruhi secara positif. Sebaliknya, pengalaman yang kurang baik dalam lingkungan dapat menyebabkan penurunan *self esteem*. *Self esteem* memiliki dua elemen yang saling terkait, khususnya kapasitas untuk menjalani kehidupan yang ditandai dengan keyakinan diri. Elemen berikutnya berkaitan dengan persepsi tentang kegunaan pribadi seseorang dalam kehidupan, seperti yang dicontohkan oleh memberikan penghargaan terhadap diri sendiri. Menurut Morganett (2005) dalam (Tria Febriana Dkk,2018) salah satu perspektif alternatif mencirikan *self esteem* sebagai manifestasi dari penerimaan diri, rasa hormat terhadap diri sendiri, dan penghargaan subjektif terhadap keberadaan diri sendiri.

Menurut hirarki kebutuhan Maslow seperti yang dikutip oleh Alwisol (2002) dalam (Namiroh Lubis, 2017), konsep *self esteem* berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia yang memerlukan pemenuhan atau kepuasan. Aspek mendasar dari sifat manusia adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi atau dipuaskan agar dapat maju ke tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Hirarki kebutuhan Maslow mengkategorikan kebutuhan *self esteem* ke dalam dua bentuk yang berbeda: *self esteem* intrinsik dan ekstrinsik *self esteem* yang berasal dari orang lain. Menurut Schultz (1981) dalam (Muhammad Iqbal, 2019) Maslow menyatakan bahwa individu mengalami rasa cinta dan rasa memiliki jika kebutuhan dasarnya terpenuhi. Jika individu mengalami perasaan kasih sayang dan rasa memiliki, mereka lebih mungkin untuk memperoleh rasa memiliki. Akibatnya, rasa memiliki ini dapat mengarah pada pengembangan kebutuhan akan penghargaan, yang melibatkan pencarian pengakuan dari orang lain. Dan mengembangkan kebutuhan akan pengakuan (*sense of belonging*) dan penghargaan (*need for esteem*).

Menurut Atwater dalam (Kristina Dkk, 2018), mengacu pada evaluasi subjektif individu terhadap dirinya sendiri, yang mempengaruhi perilakunya dalam beberapa aspek kehidupan sehari-hari. Individu dengan rasa *self esteem* yang kuat memiliki apresiasi yang tinggi terhadap kualitas diri mereka sendiri dan menganggap diri mereka memiliki nilai yang melekat. Selain itu, mereka menunjukkan kemampuan untuk mengakui

kesalahan mereka sendiri sambil tetap menghargai nilai positif yang mereka miliki.

Menurut Coopersmith Konsep *self esteem* berkaitan dengan penilaian individu dan persepsi yang bertahan lama tentang diri sendiri. Hal ini mencakup sikap evaluatif yang mencerminkan persetujuan atau ketidaksetujuan, dan menunjukkan sejauh mana individu memandang diri mereka sendiri sebagai individu yang kompeten, signifikan, berprestasi, dan dihargai.

Self esteem dapat dikonseptualisasikan sebagai komponen dari sikap seseorang atau, lebih tepatnya, sebagai sikap yang diarahkan pada hal-hal tertentu. Menurut Ghufron dan Risnawita dalam (Tria Febrina, Dkk, 2018), *self esteem* mengacu pada evaluasi diri individu yang dipengaruhi oleh interaksi interpersonalnya. *self esteem* adalah hasil dari evaluasi diri individu dan cara mereka dipersepsikan dan diperlakukan oleh orang lain. Hal ini berfungsi sebagai indikator sejauh mana individu memiliki kepercayaan diri dan mampu mencapai kesuksesan serta berkontribusi dan berhasil.

Self esteem adalah evaluasi dan persepsi individu secara keseluruhan tentang nilai dan harga diri mereka sendiri. Menurut Stuart dan Sundeen (1991) dalam (Hastuti, 2016), *self esteem* mengacu pada evaluasi individu terhadap pencapaian mereka dengan menilai sejauh mana perilaku mereka sesuai dengan cita-cita mereka. Harga diri dapat dikonseptualisasikan

sebagai ukuran yang digunakan seseorang untuk mengevaluasi kemampuan, signifikansi, nilai, dan kompetensi mereka sendiri. Menurut Gilmore dalam (Hastuti, 2016), *self esteem* dapat didefinisikan sebagai penilaian pribadi seseorang terhadap nilai dirinya, yang tercermin dari sikapnya terhadap diri sendiri. Perspektif ini menyatakan bahwa *self esteem* mengacu pada evaluasi individu tentang nilai mereka sendiri, yang dimanifestasikan melalui persepsi dan disposisi diri mereka.

Menurut Baron dan Byrne dalam (Isnani Dkk, 2020), *self esteem* dapat didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan individu terhadap diri mereka sendiri di berbagai aspek positif dan negatif. Erikson dalam (Robins R.W, Dkk 2018) sebagaimana dikutip dalam Mruk,C. J.(2006), juga mencatat bahwa *self esteem* dapat dikonseptualisasikan sebagai evaluasi diri yang berkisar dari negatif hingga positif. *self esteem* mengacu pada penilaian diri individu yang mencakup perspektif fisik, sosial, dan psikologis. Penilaian ini dibangun dari interaksi awal individu dengan lingkungannya, yang dimediasi oleh ibu atau pengasuh. Penilaian ini dibentuk oleh perspektif dan evaluasi orang lain mengenai konsep diri individu dan peristiwa spesifik yang mereka hadapi. Pengaruh budaya juga meluas ke persepsi diri individu.

Menurut Atwater dalam (Repi, 2019), mengacu pada evaluasi subjektif individu terhadap dirinya sendiri, yang mempengaruhi perilakunya dalam beberapa aspek kehidupan sehari-hari. Individu dengan rasa *self esteem* yang kuat memiliki apresiasi yang tinggi terhadap kualitas diri mereka

sendiri dan menganggap diri mereka memiliki nilai yang melekat. Selain itu, mereka menunjukkan kemampuan untuk mengakui kesalahan mereka sendiri sambil tetap menghargai nilai positif yang mereka miliki (Rosenberg, sebagaimana dikutip dalam (Masruroh, N. 2023).

self esteem mengacu pada persepsi subjektif tentang kecukupan seseorang dalam kaitannya dengan tuntutan dan harapan hidup. Secara lebih spesifik, harga diri mengacu pada evaluasi dan persepsi subjektif yang dimiliki seseorang mengenai harga diri, nilai, dan keseluruhan rasa dirinya. Keyakinan seseorang terhadap kapasitas kognitif dan ketahanan mereka untuk secara efektif mengendalikan kesulitan yang dihadapi dalam hidup. Keyakinan akan hak seseorang untuk mendapatkan kebahagiaan, rasa layak dan pantas, dan pernyataan kebutuhan dan keinginan, serta kenikmatan dari hasil yang dihasilkan dari usaha pribadi (Nathaniel Branden, 2019) dalam (Nabila S., Dkk, 2019)

Konsep "*self esteem*" mencakup tingkat signifikansi yang lebih dalam daripada fluktuasi yang biasanya dikaitkan dengan berbagai keadaan. Individu yang memiliki tingkat *self esteem* yang tinggi dapat mengalami perubahan sementara dalam persepsi diri mereka, meskipun dalam batas-batas tertentu. Sebaliknya, individu dengan *self esteem* yang rendah, yang juga disebut sebagai "self steem" (Rosson, Dkk 2007), melihat fluktuasi yang signifikan dalam persepsi diri mereka sebagai hasil dari pengalaman yang kontras ini.

Konsep *self esteem* menunjukkan bahwa individu memiliki rasa harga diri dan nilai, mengakui dan memelihara kekuatan dan potensi yang melekat pada diri mereka untuk pertumbuhan diri mereka.

Berdasarkan definisi tokoh-tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa *self esteem* digambarkan sebagai penilaian individu terhadap diri sendiri, yang mencakup penilaian kompetensi, signifikansi, pencapaian, dan harga diri, sesuai dengan berbagai definisi dari tokoh-tokoh di atas. Hubungan interpersonal dan persepsi diri individu juga berdampak pada *self esteem*. Pengaruh pada persepsi diri dalam lingkungan budaya dapat berasal dari kontak awal dengan lingkungan serta persepsi orang lain terhadap individu.

Dengan demikian, harga diri dapat didefinisikan sebagai penilaian subjektif individu terhadap nilai dan harga dirinya, yang mencakup faktor fisik, sosial, dan psikologis. Hal ini juga mencakup kemampuan seseorang untuk melihat kekurangannya dan tetap menikmati kualitas positifnya. Akhirnya, harga diri secara langsung terkait dengan persepsi subjektif seseorang tentang kemampuannya untuk menghadapi tuntutan dan harapan hidup, serta keyakinan akan potensi seseorang untuk mengatasi rintangan dan mencapai kebahagiaan.

2. Faktor yang mempengaruhi self esteem

a. Pengasuhan orang tua dan pendidikan keluarga

Lingkungan rumah memiliki peran yang signifikan dalam menentukan tingkat *self esteem* yang dialami remaja. Dampak dari

pengalaman masa kecil dan remaja terhadap *self esteem* remaja telah diteliti dalam penelitian. Secara khusus, faktor-faktor seperti tingkat kedekatan yang dialami selama masa kanak-kanak dan remaja, tampilan pengasuhan orang tua, dan pendidikan keluarga telah ditemukan memiliki pengaruh terhadap *self esteem* remaja. Tidak adanya pengasuhan dan perlindungan orang tua yang memadai mengakibatkan hubungan orang tua dan anak menjadi tidak harmonis, sehingga menimbulkan beban psikologis pada anak dan menghambat perkembangan harga diri. Masa remaja adalah tahap kritis bagi perkembangan *self esteem* individu di kalangan remaja. Pembentukan hubungan keluarga yang sehat memiliki dampak langsung pada perkembangan *self esteem* pada remaja. Kemiripan yang dirasakan antara orang tua dan anak diharapkan dapat memberikan bantuan yang langgeng dan seragam dalam menumbuhkan *self esteem* remaja.

Selain itu, pendidikan keluarga juga mempengaruhi bagaimana individu melihat dunia luar dan mengembangkan kesadaran diri. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan hubungan yang signifikan antara metode pengasuhan anak dan perkembangan harga diri pada remaja. Zhang dan Lin dalam (Dinar, R, Dkk 2023) melakukan penelitian di mana mereka meneliti sampel dari 895 siswa sekolah menengah yang tinggal di daerah pedesaan dan perkotaan. Para peneliti menemukan hubungan yang patut dicatat antara tingkat harga diri siswa sekolah menengah dan pendekatan pengasuhan yang digunakan oleh

pengasuh mereka. Bukti menunjukkan bahwa kemampuan pengasuhan orang tua, serta proses kognitif, sikap, dan keyakinan pendidikan mereka, memiliki dampak langsung pada harga diri anak-anak mereka. Kualitas pendidikan keluarga memiliki dampak besar pada kehidupan anak-anak dan memiliki pengaruh penting dalam kesejahteraan mental siswa sekolah menengah di berbagai dimensi.

b. Genetik

Pengaruh genetik pada perkembangan emosi dan kepribadian telah menjadi subjek penelitian selama periode waktu yang signifikan. Terlebih lagi, metodologi penelitian yang digunakan dalam bidang ini sudah sangat maju dalam dekade terakhir. Namun sangat logis untuk menyelidiki garis keturunan genetik dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang memengaruhi *self esteem*, mengingat pengaruhnya yang signifikan terhadap beberapa aspek perilaku manusia. Dalam penelitian mereka, (Jamie Arndt, 2003) melakukan analisis komprehensif terhadap literatur yang terbatas, meskipun korpus literturnya terus berkembang. Secara garis besar, telah ditentukan bahwa faktor genetik berkontribusi terhadap sekitar 30-40% dari variabilitas yang diamati pada tingkat *self esteem* seseorang,

c. Hubungan sosial dengan teman sebaya di sekolah

self esteem siswa sekolah menengah atas dapat dipengaruhi oleh ikatan interpersonal yang mereka bentuk di dalam lingkungan sekolah. Jika seorang siswa dibesarkan dalam lingkungan keluarga

yang ditandai dengan kasih sayang dan perhatian, dan juga memiliki jaringan pertemanan yang erat yang menawarkan dukungan di dalam lingkungan pendidikan, maka tingkat *Self esteem* mereka dapat melampaui anak muda pada umumnya. Sebaliknya, keberadaan jumlah pertemanan yang terbatas juga dapat berdampak buruk pada *Self esteem* remaja. Selain itu, memperoleh keterampilan komunikasi interpersonal memungkinkan siswa untuk mendapatkan wawasan tentang perspektif mereka sendiri dan terlibat dalam refleksi diri, sehingga memfasilitasi pengembangan kesadaran diri. Secara bersamaan, terlibat dalam komunikasi interpersonal dapat meringankan beban psikologis yang dialami oleh siswa dan mengurangi efek merugikan dari emosi negatif. Selain itu, terlibat dalam mendengarkan percakapan orang lain secara aktif dapat berkontribusi pada pengembangan hubungan sosial siswa, meningkatkan tingkat penerimaan dari teman sebayanya, dan memperkuat rasa pengakuan diri mereka.

d. Hubungan antara guru dan siswa di lingkungan sekolah

Dapat dikatakan bahwa guru memiliki pengaruh yang paling besar terhadap murid sekolah menengah atas. Interaksi antara guru dan siswa SMA dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk karakter, sikap, ekspresi bahasa, dan ekspektasi guru. Untuk menumbuhkan rasa *self esteem* yang positif di antara para siswa, sangat penting bagi para guru untuk meningkatkan kualitas pengajaran mereka, menunjukkan kasih

sayang yang tulus kepada setiap siswa, dan menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan mereka. Selain itu, perolehan *self esteem* oleh siswa dapat difasilitasi dengan penggunaan ucapan dan ekspresi yang dapat diterima sebagai sumber eksternal. Selain itu, sangat penting untuk membangun hubungan yang harmonis antara pendidik dan peserta didik. Pendidik atau guru harus menunjukkan rasa hormat kepada siswa mereka, memastikan perlakuan yang adil bagi semua murid, sekaligus menanamkan aspirasi positif di antara siswa mereka. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya korelasi positif antara harapan siswa dan tingkat kepercayaan diri mereka. Sebaliknya, kritik dan hukuman yang berlebihan dari guru telah terbukti secara signifikan merusak harga diri dan kepercayaan diri siswa.

e. Faktor budaya dan ekonomi

Dalam penelitian Twenge dan Crocker (2002) yang dikutip dalam jurnal (Robins et al., 2002) melakukan meta-analisis komprehensif yang meneliti hubungan antara ras, etnis, dan *self esteem*. Menurut temuan yang disajikan, kelompok-kelompok tersebut disusun dalam urutan menurun berdasarkan skor *self esteem* mereka, dengan orang kulit hitam memiliki skor tertinggi, diikuti oleh orang kulit putih, Hispanik, Indian Amerika, dan Asia. Twenge dan Crocker melanjutkan untuk membahas pertanyaan mengenai pemahaman tentang temuan *self esteem* yang substansial dengan memeriksa empat hipotesis yang berbeda.

Pendekatan awal didasarkan pada pengertian stigma. Konsep ini berakar pada konsep "lain umum". Dalam konteks ini, jika masyarakat luas memiliki persepsi negatif terhadap kelompok tempat seseorang berasal, maka seseorang itu akan mengembangkan persepsi negatif terhadap diri saya sendiri karena internalisasi common other selama konstruksi identitasnya. Salah satu penjelasan potensial untuk fenomena stigma sebagai perlindungan diri adalah gagasan bahwa individu dapat terlibat dalam perbandingan selektif sebagai cara untuk melindungi *self esteem* mereka dari dampak negatif diskriminasi. Menurut perspektif ini, seseorang yang termasuk dalam kelompok minoritas mungkin cenderung meremehkan atau mengabaikan contoh-contoh kegagalan di bidang tertentu, terutama jika bidang tersebut (Robins et al., 2002, adalah bidang di mana kelompok minoritas mereka diyakini menghadapi ketidak beruntungan secara sosial.

f. Intelegensi

Menurut coopersmith dikutip dari (Pratiwi, 2018) Individu dengan *self esteem* yang tinggi lebih mungkin untuk mencapai prestasi akademik yang luar biasa dibandingkan dengan individu dengan *self esteem* yang rendah. Seseorang dengan *self esteem* yang tinggi ditandai dengan nilai kognitif yang tinggi, tingkat aspirasi yang tinggi, dan usaha yang gigih.

3. Aspek-aspek self esteem

Rosenberg (Tafarodi & Milne, 2002) menyatakan bahwa harga diri mencakup berbagai dimensi.

a. Self Competence

Mengacu pada persepsi dan evaluasi individu terhadap kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan mereka sendiri dalam domain atau bidang keahlian tertentu. Hal ini mencakup Secara khusus, ini berkaitan dengan persepsi individu tentang kemampuan, potensi, dan sejauh mana mereka dapat mengelolanya. Individu cenderung memiliki kemampuan yang cukup baik dan kepuasan dengan kemampuan mereka ketika mereka memiliki persepsi diri yang positif tentang kompetensi diri.

b. Self liking

Hal ini berkaitan dengan evaluasi subjektif terhadap nilai atau kepentingan diri sendiri dalam konteks sosial tertentu. Penilaian sosial seseorang berfungsi sebagai titik acuan dalam hal ini, terlepas dari persepsi individu tentang bagaimana orang lain memandang mereka. Penelitian ini akan menggunakan dan mengadaptasi komponen-komponen harga diri yang diusulkan oleh Rosenberg (1965), yaitu kompetensi diri dan kesukaan terhadap diri sendiri, sebagai variabel kunci untuk analisis. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kritiadi (2023), berbagai dimensi kesejahteraan psikologis diteliti,

termasuk rasa aman, rasa identitas, rasa memiliki, rasa memiliki, rasa tujuan, dan rasa kompetensi pribadi

4. *Self Esteem* menurut prespektif islam

Self esteem adalah sebuah konstruk psikologis yang mengacu pada evaluasi dan persepsi individu secara keseluruhan terhadap dirinya sendiri. Untuk menumbuhkan *Self esteem* yang positif, individu diharuskan untuk menjalani serangkaian proses. Langkah awal yang harus dilakukan adalah dengan menaruh kepercayaan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, sangat penting bagi individu untuk mempertahankan pandangan optimis secara konsisten dalam usaha mereka. Penerapan sikap optimis dapat menanamkan rasa percaya diri pada individu atas keputusan yang diambilnya. Al-Qur'an juga memberikan penjelasan tentang konsep *Self esteem*, seperti pada ayat di bawah ini (Q.S. At-Tiin: 4, dalam Jabal, 2010):

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

“Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.”

Ayat tersebut menjelaskan gagasan bahwa manusia pada dasarnya adalah makhluk yang sempurna, karena mereka memiliki kelebihan tertentu yang tidak dimiliki dari hewan atau tumbuhan, yaitu kemampuan akal atau

intelektual. Melalui pemberian akal, Tuhan telah mengangkat derajat manusia sebagai yang tertinggi di antara semua makhluk hidup. Manusia juga diizinkan dan bahkan didorong untuk merasakan perasaan pasrah, ragu dan bersedih akan kemampuannya sendiri. Wahbah bin Mustafa az-Zuhaili, At-Tafsirul Munir) Source : Islam.nu.or.id

Namun, individu yang memiliki iman menunjukkan salah satu ciri utama yang terkait dengan *Self esteem* yang positif atau baik, yaitu sikap optimis. Sikap optimis, seperti yang didefinisikan oleh tokoh islam Ali Bin Abi Thalib mencakup pandangan positif, harapan, dan kapasitas untuk menghadapi tantangan. Dalam upaya mengikuti jalan Allah SWT, sangat penting bagi setiap individu untuk memiliki sikap optimis.

Bahkan ketika individu tersebut luput sementara dari pola pikir ini dapat mengakibatkan ketiadaannya sangat terasa. Sikap optimis dipupuk melalui rasa puas yang mendalam yang berasal dari pengakuan dan penghargaan terhadap rahmat, kebajikan, dan berkah yang melimpah yang dianugerahkan oleh Allah. Selain itu, sikap ini juga dipupuk melalui keimanan terhadap rahmat dan karunia Ilahi, yang berasal dari keyakinan yang teguh akan kemurahan hati Allah SWT. Seperti yang dipaparkan dalam ayat berikut: (Q.S Al-Imran: 139)

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman”

Dan janganlah kalian menjadi lemah (wahai orang-orang yang beriman) dari memerangi musuh-musuh kalian, dan janganlah bersedih atas apa yang telah menimpa kalian pada perang uhud, sedangkan kalian meraih kemenangan dan mereka menderita kekalahan jika kalian beriman kepada Allah dan rosul-Nya, dan mengikuti syariat-syariatNya (Tafsir Al-Muyassar/Kementerian Agama Saudi Arabia) Source : tafsirweb.com

Individu yang memiliki sikap optimis dicirikan oleh kepatuhan mereka yang taat pada perintah Allah, didorong oleh harapan bahwa Allah akan menerima tindakan mereka tanpa syarat dan memberikan pahala yang berlipat ganda. Sebaliknya, mereka yang memiliki sikap pesimis mungkin memiliki kecenderungan untuk merasa kebingungan, ragu-ragu, dan berkurangnya kemampuan untuk membuat penilaian yang efektif dalam menghadapi tantangan hidup. Keadaan ketidakpastian yang disebutkan di atas akan berkembang menjadi kekhawatiran yang mendalam yang menimbulkan perasaan rendah diri atau *self esteem* yang buruk.

Oleh karena itu, sangat penting bagi individu untuk mengungkapkan rasa syukur atas nikmat yang dianugerahkan oleh Allah SWT. Menurut kutipan dari Jabal (2010:246) dalam surat Q.S Yusuf, ditegaskan bahwa

mengungkapkan rasa syukur atas nikmat yang diturunkan oleh Allah SWT merupakan hal yang sangat penting., berikut Q.S Yusuf ayat 87:

يٰۤبَنِيَّ اذْهَبُوْا فَتَحَسَّسُوْا مِنْ يُۤوسُفَ وَاخِيْهِ وَلَا تَاْيَسُوْا مِنْ رَّوْحِ اللّٰهِ اِنَّهٗ لَا
يَاْيَسُ مِنْ رَّوْحِ اللّٰهِ اِلَّا الْقَوْمُ الْكٰفِرُوْنَ

“Wahai anak-anakku! Pergilah kamu, carilah (berita) tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir.”

Dari beberapa ayat yang telah dijelaskan di atas, jelaslah bahwa manusia seharusnya memiliki tingkat *self esteem* terlepas dari segala kelebihan dan kekurangan yang mereka miliki. Agar manusia tidak merasa sebagai makhluk yang paling tinggi, Allah menciptakan manusia dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Kita harus memiliki keyakinan diri untuk maju ke arah yang lebih baik dan mampu menjadi makhluk yang berhasil, orang yang beruntung, orang yang memiliki cita-cita yang baik dan hidup bahagia di dunia terlepas dari segala kelebihan dan keterbatasan yang kita miliki.

B. Kecanduan media sosial

1. Pengertian kecanduan media sosial

Menurut Cooper (2000), kecanduan adalah kebiasaan ketergantungan pada objek yang disukai. Biasanya, ketika diberi kesempatan, seseorang akan bertindak sesuai dengan kesukaannya. Kecanduan adalah keadaan yang sangat tergantung pada suatu kebiasaan. Pecandu merasa sulit untuk keluar dari skenario ini dan memiliki kontrol diri yang lebih rendah saat melakukan suatu hal favorit mereka. Jika seseorang sudah kecanduan, tidak memuaskan keinginan kebiasaan mereka akan membuat mereka merasa dihukum. Kecanduan dapat berupa perilaku maupun konsumsi zat yang diulang-ulang dan memiliki efek negatif.

Goldberg (dalam Vela, 2021), kecanduan media sosial adalah sebuah patologi, sebuah penyakit yang melibatkan penggunaan internet yang berlebihan, dan kurangnya control dan berbagai tindakan, kecanduan internet dan media sosial dapat ditentukan dari jumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk terpaku di depan komputer atau perangkat elektronik lainnya yang memiliki koneksi internet, di mana mereka seringkali membuka akun media sosial mereka dan akibat dari waktu yang dihabiskan secara online tersebut, mereka menjadi tidak peduli dengan kehidupan asli mereka di luarnya sana dan menjadi sebuah ancaman (Grau & Bright, 2019).

Penggunaan media sosial yang berlebihan dan mengganggu aktivitas sosial lainnya, seperti pekerjaan, proses belajar, interaksi sosial dengan orang lain, kesehatan, dan kesejahteraan psikologis dikenal sebagai kecanduan media sosial. kecanduan media sosial juga dapat mengganggu kinerja kognitif seseorang dan menyebabkan masalah tidur (Grau & Bright, 2019).

Menayes (2015) membuat klaim serupa, dimana ia menyatakan bahwa kecanduan media sosial dan kecanduan internet hampir sama ketika seseorang seringkali menggunakannya pada perangkat seluler. Perangkat seluler menawarkan akses yang nyaman, kapan saja, di mana saja ke internet.

Menurut Griffiths (2005), kecanduan media sosial adalah penggunaan media sosial secara patologis yang ditandai dengan ketidakmampuan seseorang untuk mengatur jumlah waktu yang dihabiskan secara online dan persepsi mereka bahwa dunia nyata tidak semenarik dunia maya. Sebagai sebuah kecanduan perilaku, kecanduan media sosial berkembang menjadi sebuah bentuk kecanduan teknologi. Ciri-ciri atau kriteria kecanduan media sosial, menurut Griffiths, antara lain salience, modulasi suasana hati (mood modification), toleransi, penarikan diri (withdrawal), konflik, dan kambuh (relapse).

Griffiths mengklaim bahwa karena seseorang yang tidak memiliki kontrol diri, mereka mengabaikan aktivitas lain. Remaja yang kecanduan

media sosial biasanya menjadi begitu asyik dengan media sosial sehingga mereka menjadi lupa waktu, mengabaikan lingkungannya, dan tanggung jawab lainnya. Konsep kecanduan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) adalah salah satu perilaku yang dapat digambarkan secara luas sama halnya dengan kecanduan media sosial yang sama-sama memiliki istilah "kecanduan" (Griffiths, 2005).

Dampak buruk dari kecanduan media sosial adalah memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap pelajar, yang menyebabkan kinerja akademik yang lebih buruk, masalah dengan hubungan teman disekitarnya, dan penyakit psikologis bahkan seperti depresi dan kesepian (Ika Anuari., 2018). Kecanduan media sosial, yang juga dikenal sebagai kecanduan perilaku (behavioral addiction), terjadi ketika seseorang berjuang dan berjuang tidak mampu untuk mengendalikan dirinya sendiri ketika menggunakan media sosial dan menggunakannya secara berlebihan, sehingga mengganggu produktivitas sehari-hari dan memberikan gangguan kepada mereka untuk melakukan kegiatan lain yang lebih bermanfaat (Chandra A., Dkk., 2029).

Beberapa tokoh telah menggunakan kriteria khusus untuk mengidentifikasi mereka yang mengalami kecanduan media sosial tersebut, seperti mereka "yang kehilangan kendali atas tindakan mereka dalam hidup dan, secara umum, menghabiskan lebih dari 38 jam seminggu untuk online dianggap mengalami kecanduan internet" (Liu dan Kuo, 2007, hlm. 801). Istilah "kecanduan media sosial" juga telah digunakan untuk merujuk pada

kondisi yang lebih komprehensif yang "ditandai dengan dorongan, kesenangan, atau perilaku yang berlebihan atau tidak dapat dikontrol yang terkait dengan penggunaan Internet dan media sosial yang mengarah pada kesusahan atau gangguan" dan didefinisikan sebagai "gangguan kontrol impuls tanpa minuman keras."

Young (dalam Dinar L, Dkk, 2023) menyatakan bahwa kecanduan media sosial didefinisikan sebagai kegiatan berinternet untuk berbagai aktifitas dan kegiatan online, seperti penggunaan media sosial secara kompulsif, dan disinyalir menimbulkan hambatan terhadap kesehatan, baik fisik maupun psikologis, lingkungan interaksi sosial, akademis dan proses belajar, pekerjaan, dan lainnya. sesuai dengan pernyataan Billieux yang menyatakan bahwa kecanduan internet lebih terkait erat dengan penggunaan spesifik dari beberapa fitur internet dibandingkan dengan internet itu sendiri menurut fernandes dalam (Vela., 2020). Dengan kata lain, pengguna bergantung pada satu atau lebih perilaku online tertentu, seperti menggunakan media sosial, daripada kecanduan internet itu sendiri.

Young, dalam (Sapty, Dkk 2017) Definisi yang terakhir ini didasarkan pada kesamaan kualitas dengan kecanduan judi dan belanja online, yang keduanya dianggap sebagai perilaku obsesif dan kompulsif. Karena kurangnya ketergantungan pada bahan kimia, kedua aktivitas ini dan kecanduan sosial media didefinisikan sebagai gangguan kontrol impuls.

Coopersmith dikutip dari (potart, 2017) pada prinsipnya, addiction berkaitan dengan ketergantungan seseorang terhadap substance atau zat yang merugikan tubuh (substance abuse). Pengguna internet media sosial yang termasuk dalam golongan adiksi yaitu pengguna yang menghabiskan waktu antara 40 jam sampai 80 jam perminggu. Kebanyakan orang yang kecanduan internet ini dikarenakan mereka menemukan sesuatu di internet, yang tidak mereka dapatkan di dunia nyata. Internet menawarkan semua informasi yang ada di dunia ini sehingga apabila kita tidak bisa menguasai diri maka kita akan terjebak menghabiskan waktu untuk mengakses internet dan media sosial yang terhubung dengan internet

2. Faktor kecanduan media sosial

Berdasarkan penelitian Kim dkk. (2009), yang dikutip oleh jurnal karya (Ika Anuari,2018), penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menjadi godaan ketika seseorang memiliki faktor psikologis seperti kesepian. Karena orang yang kesepian cenderung menyalahkan kurangnya keterampilan sosial mereka ketika mereka gagal dalam interaksi sosial, mereka beralih ke internet untuk berinteraksi dan mengekspresikan diri. Hal ini menyebabkan peningkatan penggunaan sosial media dan internet yang berlebih dan bermasalah, salah satunya menggunakan media sosial secara kompulsif.

Menurut pernyataan Morahan-Martin dan Schumacher dalam (Ika Anuari, 2018), orang yang mengalami kesepian sering kali lebih memilih kontak dan interaksi secara online dan di dunia maya karena hal tersebut membuat mereka merasa aman, nyaman dan memberikan mereka kebebasan berupa anonimitas. Karena pengungkapan diri yang dilakukan secara online lebih mudah diterima daripada berinteraksi secara langsung, hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan oleh individu yang kesepian dimaksudkan sebagai bentuk pengungkapan diri dan menjadi cara mekanisme coping dalam menurunkan emosi kesepian itu sendiri. Media sosial dapat menjadi tempat bagi individu untuk mengembangkan keintiman dengan orang lain dan terlibat dalam hubungan virtual untuk menghadapi dan mengurangi sensasi yang tidak menyenangkan, seperti kesepian, selain sebagai mekanisme coping.

Remaja dan dewasa muda dengan keterampilan sosial yang buruk dapat mengembangkan kecemasan sosial. Orang yang berjuang dengan kecemasan sosial tidak memiliki keberanian untuk terlibat dalam situasi sosial dan memilih untuk mengisolasi diri mereka sendiri. Akibatnya, mereka cenderung terlibat dalam penggunaan media sosial yang berlebihan (Jamal J. Al Menayes, 2019). Mereka dapat berinteraksi dan menggunakan media sosial sebagai mechanism coping untuk menghadapi dan mengurangi rasa kesepian mereka. Penelitian oleh (Putra, 2016) yang menemukan hubungan positif yang substansial antara kecemasan sosial dan ketergantungan media sosial yang mendukung hal ini.

Berdasarkan pemikiran (Vela Y, 2020), ketika seseorang menggunakan media sosial, mereka akan memiliki perasaan puas, senang, bebas, dan didukung, namun ketika mereka melakukan interaksi secara tatap muka/langsung, mereka seringkali merasa kesepian, gelisah, dan bahkan terkadang merasa frustrasi. Kontak dan interaksi media sosial dianggap oleh mereka yang merasa sulit untuk berinteraksi dengan orang lain secara langsung sebagai alternatif yang aman yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara terus menerus.

Young dala (Vela Yunita, 2020) menyebutkan beberapa hal berikut ini sebagai beberapa faktor kecanduan media sosial:

a. Penggunaan Internet: Mengapa dan Kapan Itu Terjadi

Khususnya dalam hal jumlah waktu yang dihabiskan seseorang di depan smartphone atau komputer untuk mengakses internet, terutama media sosial, tujuan penggunaan internet akan menentukan sejauh mana individu tersebut mengalami kecanduan internet dan media sosial. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa orang tidak menggunakan internet terutama sebagai sarana untuk melarikan diri dari atau menyelesaikan masalah di dunia nyata melainkan untuk hiburan semata.

b. Jenis kelamin

Jenis aplikasi yang digunakan dan akar dari kecanduan internet dan media sosial seseorang bergantung pada jenis kelamin mereka. Pada wanita lebih cenderung menjadi kecanduan mengobrol dan belanja

online sehingga terlihat cenderung lebih sering menggunakan media sosial, pria lebih cenderung menjadi kecanduan game online, situs porno, dan perjudian.

c. Situasi Sosial Ekonomi

Orang yang telah bekerja lebih rentan mengalami kecanduan internet dan media sosial dibandingkan dengan orang yang belum bekerja. Hal ini diperkuat oleh fakta bahwa orang yang memiliki pekerjaan memiliki akses ke internet di tempat kerja mereka dan mendapatkan cukup uang untuk memiliki laptop dan teknologi lainnya, serta pentingnya membangun relasi online dan komunikasi untuk keperluan pekerjaan mereka.

d. Kondisi Psikologis

Penggunaan dunia fantasi online sebagai pengalihan psikologis dari emosi yang tidak menyenangkan atau peristiwa yang sulit adalah ciri dan faktor umum dari kecanduan media sosial, yang juga diakibatkan oleh masalah emosional termasuk depresi dan gangguan kecemasan. Menurut temuan survei, 75% orang yang mengalami kecanduan media sosial melakukannya sebagai akibat dari konflik interpersonal. Orang-orang ini kemudian beralih ke aplikasi online interaktif seperti ruang obrolan dan permainan online untuk membangun hubungan baru dan mendapatkan lebih banyak kepercayaan diri dalam berkomunikasi dengan orang lain secara online (kebutuhan akan keterkaitan). Mereka juga menggunakan media sosial mereka untuk mengekspresikan emosi

dan kondisi psikologis mereka seperti untuk menarik atensi pengguna media sosial lain atau hanya sekedar scroll timeline.

3. Aspek kecanduan media sosial

Al Manayes (2015b) melakukan sebuah penelitian tentang topik kecanduan media sosial, dengan menggunakan kerangka konseptual yang diusulkan oleh Young (1996).

Menurut perspektif individu, kecanduan media sosial mencakup tiga dimensi utama. Dimensi pertama, yang disebut sebagai Sosial Consequences (Konsekuensi Sosial), berkaitan dengan dampak penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial seseorang, termasuk kecenderungan untuk mengabaikan teman dan mengalami penurunan prestasi akademik. Dimensi kedua, yang dikenal sebagai Time Displacement, berfokus pada aspek temporal dari penggunaan media sosial, khususnya waktu yang dihabiskan secara berlebihan untuk berinteraksi dengan platform media sosial. Terakhir, dimensi ketiga, yang diberi label Compulsive Feelings (Perasaan Kompulsif), mencakup pengalaman emosional yang terkait dengan menahan diri dari penggunaan media sosial dan dorongan yang terusmenerus untuk terus mengakses platform ini. Pengalaman-pengalaman ini dapat bermanifestasi sebagai perasaan bosan saat tidak ada media sosial dan pikiran yang terus menerus untuk terlibat dengan media sosial.

Fenomena kecanduan media sosial ditandai dengan berkembangnya perilaku kompulsif yang terkait dengan penggunaan platform media sosial yang berlebihan (Al-Menayes, 2015). Aspek-aspek yang berkaitan dengan kecanduan media sosial, seperti yang diidentifikasi oleh Al-Menayes (2015), meliputi:

- a. Sosial Consequences, yang merupakan manifestasi dari dampak pengguna media sosial terhadap aktivitas sehari-hari individu. Penggunaan media sosial dapat mengakibatkan individu mengalami kehilangan koneksi sosial, pendidikan, dan prospek karir atau pekerjaan.
- b. Time Displacement mengacu pada fenomena yang diamati pada pengguna media sosial di mana keterlibatan mereka dengan platform media sosial mengarah pada pengalihan waktu dari kegiatan lain, seperti tidak memenuhi tugas yang diberikan, yang mengakibatkan peningkatan jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial secara signifikan.
- c. Compulsive feelings seperti yang diamati pada pengguna media sosial, merupakan manifestasi dari kondisi emosional mereka. Individu yang bergulat dengan kecanduan beralih ke platform media sosial sebagai sarana untuk mengatasi masalah atau mengurangi emosi yang tidak menyenangkan, seperti kebosanan, stres, dan rasa putus asa.

C. Kecanduan media sosial dalam perspektif islam

Sumadi meyakini bahwa pemuda yang mampu mengatur waktunya dengan efisien akan menemukan kebahagiaan dalam hidupnya (Sumadi, 2016). Sebelum masa penyesalan atau masa tua tiba, masa muda harus dimaksimalkan. Hal ini tidak diragukan lagi berkaitan dengan sabda Nabi Muhammad SAW.

إِغْتَنِمْ خَمْسًا قَبْلَ خَمْسٍ شَبَابَكَ قَبْلَ هَرَمِكَ وَصِحَّتَكَ قَبْلَ سَقَمِكَ وَغِنَاكَ
قَبْلَ فَقْرِكَ وَفِرَاغَكَ قَبْلَ شُغْلِكَ وَحَيَاتَكَ قَبْلَ مَوْتِكَ

“Dari Ibn Abbas r.a. bahwa Nabi SAW pernah memberi nasehat kepada seseorang untuk menggunakan secara maksimal lima hal sebelum datang lima pula: masa mudamu sebelum datang masa tuamu, masa sehatmu sebelum datang masa sakitmu, masa kayamu sebelum datang masa fakirmu, masa luangmu sebelum datang masa masa sibukmu dan masa hidupmu sebelum datang matimu” (H.R. Muslim).

Sebagaimana tersurat dalam hadis di atas, masa yang mula-mula disinggung Nabi Muhammad SAW adalah masa muda. Hal ini menunjukkan pentingnya memaksimalkan vitalitas seseorang. Penting juga untuk memiliki kesempatan semasa muda agar dapat terus mengembangkan berbagai keterampilan yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, atau kemajuan bangsa di masa depan. (HR. Imam Al Hakim, Mustadrok, no. 7957)

Etika sangat dijunjung tinggi dalam komunikasi media sosial. Generasi muda, dalam kapasitasnya sebagai pengguna media sosial, harus memanfaatkan platform tersebut secara optimal, khususnya dalam ketaatan pada ajaran syariat.

Media sosial jika dimanfaatkan secara bijak niscaya akan memudahkan dalam belajar, mencari pekerjaan, bertukar informasi, berbelanja, dan berdakwah (Sumadi, 2016: 188).

Memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial secara efektif adalah suatu kemungkinan. Generasi muda yang berada di garda terdepan dalam kebajikan tentu bisa mendapatkan manfaat dari pemanfaatan media sosial. Menjadi pemuda yang tidak hanya bertakwa secara pribadi namun juga bertakwa secara sosial adalah jalan yang baik. Artinya generasi muda mempunyai potensi untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai wadah dakwah dan untuk menyebarkan kebaikan. Hal ini tentu sangat menguntungkan dan berdampak positif bagi banyak orang. Sesuai dengan hadis Nabi Muhammad SAW.

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

“Barang siapa yang menunjukki kepada kebaikan, maka dia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya”. (H.R. Muslim No. 1893)

Lafal “kebaikan” dalam hadits adalah mencakup kebaikan dunia maupun kebaikan agama (lihat Subulus Salam 2/639). Sebab wurud hadits ini sebagai berikut, dari Abu Mas’ud al-Anshori “Seorang lelaki mendatangi Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam lalu berkata, “Sesungguhnya hewan tungganganku mati, maka berilah aku tunggangan untuk aku naiki!”. Nabi berkata, “Aku tidak memiliki hewan tunggangan untukmu”. Lalu ada seseorang berkata, “Ya Rasulullah, aku akan tunjukan kepadanya siapa yang bisa menyiapkan hewan

tunggangan untuknya”. Maka Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, “Barang siapa yang menunjukkan kepada kebaikan baginya seperti pahala orang yang mengerjakannya.

Rasulullah juga mengajarkan bahwa pemuda/remaja yang baik ialah pemuda yang merencanakan masa depannya dengan baik, menggunakan waktu sebaik mungkin dan memanfaatkan waktu luang yang ada, pemuda yang baik juga mereka yang tidak menghabiskan waktu luang secara Cuma-Cuma dan hanya untuk perbuatan yang sia-sia. dan foya-foya dengan waktu luang tersebut seperti halnya bermain sosial media berlebihan sehingga menjadi sebuah kecanduan.

Nabi Muhammad juga menganut gagasan bahwa pemuda yang berbudi luhur adalah pemuda yang secara efektif menyusun strategi untuk masa depan mereka, mengoptimalkan keterampilan manajemen waktu mereka, dan memanfaatkan waktu luang mereka. Selain itu, generasi muda yang patut dicontoh ini tidak menyia-nyiakan waktu luangnya untuk hal-hal yang tidak penting dan tidak produktif. Terlibat secara berlebihan di media sosial selama waktu senggang dapat menyebabkan berkembangnya perilaku adiktif atau kecanduan media sosial.

Seperti sabda Rasulullah

نِعْمَتَانِ مَعْبُودٌ فِيهِمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ الصِّحَّةُ وَالْفَرَاغُ

“Ada dua keuntungan yang banyak orang mengabaikannya, kesehatan dan waktu luang”. (H.R. Bukhari)

Memaksimalkan durasi waktu sehat atau waktu senggang tentu sangatlah penting. Generasi muda, serta individu dari segala usia, dapat kembali memanfaatkan potensi positif media sosial. Untuk mengoptimalkan potensi masa muda seseorang, memang dimungkinkan untuk mendirikan dan menjalankan usaha melalui platform media sosial, sehingga menjamin prospek masa depan. Menurut Shihab (2000: 325), bisnis dapat dikategorikan sebagai jenis mu'amalah.

D. Hipotesis Penelitian

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara perilaku kecanduan media sosial terhadap *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG. Dengan demikian, diketahui kecanduan media sosial mempengaruhi *self esteem* seseorang.

H0: tidak ada pengaruh signifikan antara dukungan kecanduan media sosial terhadap *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG. Dengan demikian, diketahui *self esteem* tidak dipengaruhi oleh perilaku kecanduan media sosial.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kecanduan media sosial terhadap *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

B. Variabel Penelitian

Variabel adalah gagasan atau fenomena yang bervariasi untuk mengidentifikasi pokok bahasan, baik dalam bentuk kualitas, kuantitas, standar, atau mutu. (Azwar, 2018). Penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel yakni variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X_1 dan X_2).

1. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y adalah variabel yang terkena pengaruh dari variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Self Esteem*.

2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel X₁ dalam variabel ini adalah Kecanduan media sosial.

C. Definisi Operasional

1. Kecanduan Media Sosial

Adalah kegiatan mengakses sekumpulan aplikasi sosial di internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi berita, informasi, dan konten dengan orang lain dengan menghabiskan banyak waktu dan tidak dapat mengontrol penggunaannya secara online. Jika mereka tidak dapat memenuhi keinginannya, mereka merasa resah. Aspek-aspek kecanduan media sosial, seperti yang telah dijabarkan Sahin (2018), meliputi: Toleransi Virtual, Virtual Komunikasi, Masalah Virtual, Virtual Informasi. Semakin rendah skor tingkat penggunaan media sosial maka semakin besar kecanduan media sosial yang dialami remaja di SMA PGRI 1 Jombang.

2. *Self Esteem*

Self-esteem adalah penilaian atau pandangan individu terhadap nilai, keberhasilan, dan kemampuan diri merujuk pada persepsi dan penilaian individu terhadap nilai pribadi, keberhasilan, dan kompetensi mereka sendiri. Tingkat *self-esteem* dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis dan interaksi sosial seseorang. Aspek *self-esteem* menurut Rosenberg dapat

diuraikan dalam dua dimensi utama: aspek positif dan aspek negatif. Aspek positif mencakup penilaian individu terhadap kompetensi dan nilai diri mereka, yang tercermin dalam perasaan harga diri dan keberhasilan. Dengan demikian, skor *self esteem* yang tinggi menunjukkan bahwa individu memiliki *self esteem* yang baik, dan sebaliknya apabila skor *self esteem* rendah maka individu memiliki *self esteem* yang buruk.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Ronald A. Fisher, populasi merujuk pada keseluruhan unit yang menjadi fokus dalam penelitian atau pengamatan statistika. Populasi ini mencakup semua individu atau objek yang memiliki karakteristik atau sifat tertentu yang menjadi objek penelitian. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja yang berada di SMA PGRI 1 Jombang yang mencakup seluruh siswa mulai dari kelas X sampai kelas XII tahun ajaran 2023/2024 yang datanya diambil mulai dari Oktober sampai dengan Desember 2023. Dilansir dalam Database SMA PGRI 1 Jombang diketahui jumlah siswa Remaja SMA PGRI 1 Jombang sebanyak 960 siswa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber penelitian. Sedangkan Menurut Azwar (2018), sampel adalah bagian kecil dari populasi yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik yang sama dengan populasi secara keseluruhan sehingga dapat mewakili

sebagian besar populasi. Adapun populasi dalam penelitian ini sebanyak 960 remaja siswa SMA PGRI 1 Jombang.

Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan tingkat presisi dalam penentuan sampel penelitian.

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

n : Ukuran sampel N : Ukuran Populasi e : Toleransi kesalahan dalam memilih sampel 10%

Dengan demikian didapatkan perhitungan data dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{960}{1+960+(0,10)^2} = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan data diketahui sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal sebanyak 100 remaja di SMA PGRI 1 Jombang.

E. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA PGRI 1 Jombang Jl. Pattimura nomor V/73, Sengon, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan non-probability sampling, khususnya menggunakan purposive sampling sebagai metode pengumpulan data.

Pengambilan sampel non-probabilitas mengacu pada metode pengumpulan data di mana sampel sengaja dibatasi pada populasi yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2016). Non-probability sampling mengacu pada metode pengumpulan data di mana kemungkinan sampel yang dipilih tidak dapat ditentukan secara tepat, sehingga menyulitkan untuk memperkirakan kesalahan standar dari populasi yang tidak diperhitungkan (Azwar, 2018). Sugiyono (2016) menegaskan bahwa Purposive sampling adalah pendekatan pengambilan sampel yang melibatkan pemilihan partisipan yang disengaja berdasarkan kriteria tertentu untuk mendapatkan ukuran sampel yang sesuai untuk suatu penelitian. Metode ini digunakan untuk memilih sampel yang memiliki kualitas spesifik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, peneliti menentukan beberapa karakteristik terhadap sampel yaitu:

- a. Memiliki media sosial
- b. Menggunakan dan bermain media sosial dalam sehari-hari
- c. Remaja usia 16-18 tahun

G. Instrumen Pengumpulan Data

Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk memperoleh data yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menyelidiki masalah. Metodologi pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk penggunaan skala. Skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran untuk menilai suatu konstruk yang memiliki beberapa tingkatan. Skala Likert adalah

alat yang umum digunakan untuk menilai sikap, perspektif, persepsi, dan pandangan individu atau kelompok dalam kaitannya dengan fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Penelitian ini memodifikasi skala likert menjadi empat pilihan jawaban yakni SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Terdapat dua tipe pernyataan dalam skala ini yakni favorable dan unfavorable. Pernyataan favourable adalah pernyataan yang menunjukkan kecenderungan untuk memilih atau memihak terhadap hal yang sedang diukur. Di sisi lain, istilah "unfavourable" dapat dipahami sebagai perspektif yang kontras yang menentang atau menyangkal pernyataan tersebut (Azwar, 2018). Sistem penilaian terhadap kedua aitem dapat dibedakan sebagai berikut:

Table 3. 1 Skor Skala Likert

Jawaban	skor favorable	Skor Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat tidak Setuju (STS)	1	4

1. Skala Kecanduan Media Sosial

Skala ini ditujukan untuk pengukuran tingkat kecanduan media sosial para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG. Skala yang digunakan instrumen “*Social Media Scale Addiction Scale-Student Form (SMAS-SF)*” yang dikembangkan dari mempelajari penelitian tentang kecanduan media sosial

oleh Al-Menayes, Griffiths, young dan tokoh lain yang dimodifikasi oleh Cengiz Sahin. Skala ini terdiri 4 (empat) aspek dengan 29 aitem.

Table 3. 2 Skala Kecanduan Media Sosial

Variable	Aspects	Items	f	u/f	Jumlah
Kecanduan Media Sosial	virtual tolerance sub dimension	1,2,3,4,5	1-5	-	5
	virtual communication sub dimension	6,7,8,9,10,11,12,13,14	6-14	-	9
	virtual problem sub dimension	15,16,17,18,19,20,21,22,23	15-23	-	9
	virtual information sub dimension	24,25,26,27,28,29	24-29	-	6
TOTAL			29	-	29

2. Skala *Self Esteem*

Skala ini ditujukan untuk pengukuran tingkat *self esteem* para remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG. Skala yang digunakan instrumen “*Rosenberg Self esteem Scale*” yang dikembangkan oleh Rosenberg dengan menggunakan teori self-liking dan self-competence. Skala ini terdiri 2 (dua) aspek dengan 29 aitem.

Table 3. 3 Skala *Self esteem*

Variabel	Aspek	Indikator	Item	No Aitem		Jumlah
				Favourable	Unfavourable	
<i>Self esteem</i>	1. Penerimaan Diri	a. Menerima diri apa adanya. b. Puas dengan dirinya. c. Disegani orang. d. Diri yang bermanfaat. e. Mengganggu dirinya memiliki banyak kelebihan	2,6,7,8,9,10	2, 6, 7, 8,9,10	-	6
	2. Penghormatan diri	a. Dapat melakukan apa yang orang lain dapat lakukan. b. Merupakan orang yang berhasil.	1,3,4,5	1, 3,4,5	-	4
		TOTAL		10		10

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana alat ukur secara akurat menilai objek pengukuran yang dituju. Validitas berfungsi sebagai sarana untuk menetapkan ketepatan dan kesesuaian penggunaan alat ukur dalam proses pengukuran instrument. Proses validitas melibatkan penilaian sejauh mana

instrumen penelitian secara akurat mengukur apa yang ingin diukur, seperti yang diuraikan oleh Azwar (2018). Sugiyono (2016) mendefinisikan alat ukur yang valid adalah alat ukur yang memiliki kemampuan untuk mengukur konstruk yang diinginkan secara akurat. Validitas instrumen harus dinilai untuk memastikan kesesuaiannya dalam mengukur item yang dimaksud. Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi Aitem-Total dengan rumus sebagai berikut:

$$r_y = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left\{\frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{n}\right\}\left\{\frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{n}\right\}}}$$

keterangan:

r_{xy} = korelasi aitem-total

N = Jumlah Responden

$\sum x$ = Skor Aitem

$\sum y$ = Skor Total

Syarat instrumen dinyatakan valid atau tidak dengan perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , sebagai berikut: Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, aitem instrumen dinyatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Sedangkan apabila sebaliknya maka aitem instrumen dinyatakan tidak valid.

MENDELEY CITATION
PLACEHOLDER 1.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berfungsi sebagai indikator/metrik yang menilai tingkat kepercayaan terhadap kegunaan suatu alat ukur. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana alat pengukur menghasilkan data yang konsisten atau identik ketika diterapkan pada item yang sama, seperti yang dinyatakan oleh Sugiyono (2016). Reliabilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran menunjukkan konsistensi. Instrumen yang dianggap reliabel memiliki kemampuan untuk menghasilkan pengukuran yang konsisten dan tidak berubah-ubah. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai tingkat ketergan (Sugiyono, 2016) tungan, ketepatan, dan konsistensi indikator di dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2016). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode koefisien reliabilitas *Alpha Cornbach's* dengan rumus, sebagai berikut:

$$r^{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah aitem pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah variab butir

$\sigma^2 b$ = Varians total

Nilai koefisien alpha berada diantara 0 sampai dengan 1 yang mana mendekati 1 semakin reliabel. Menurut Maning & Munro (2006) dalam (Budhiastuti & Bandur, 2018), sebagai berikut:

- a. Nilai 0 dinyatakan tidak reliabilitas
- b. Nilai $> 0,70$ dinyatakan reliabilitas dapat diterima
- c. Nilai $> 0,80$ dinyatakan reliabilitas baik
- d. Nilai $> 0,90$ dinyatakan reliabilitas sangat baik
- e. Nilai 1 dinyatakan reliabilitas sempurna

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa tujuan uji normalitas dalam analisis regresi linier sederhana adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan/atau variabel dependen mengikuti distribusi normal. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah data variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) memiliki distribusi normal atau tidak. Pentingnya hal ini terletak pada kenyataan bahwa ketika melakukan pengujian hipotesis dalam analisis regresi dengan teknik statistik parametrik, diasumsikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Pendekatan statistik parametrik tidak dapat digunakan untuk pengujian hipotesis jika data tidak mengikuti distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Sugiyono dan Susanto (2015:323) menyatakan bahwa uji linieritas digunakan untuk memastikan adanya hubungan linier yang berarti antara variabel dependen dengan variabel independen. Uji linearitas dapat dilakukan dengan melakukan test of linearity. Jika nilai signifikansi untuk

linearity lebih kecil atau sama dengan 0,05, maka hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji ini umumnya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

3. Uji Analisis deskriptif

Statistik deskriptif menurut Ghozali (2021:19) ialah teknik analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau meringkas data yang telah terkumpul, yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif mendeskripsikan data yang akan menjadi sebuah informasi lebih jelas dan mudah untuk dipahami.

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Ghozali (2021:157) merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk menguji keberadaan persamaan dalam model regresi, kita memeriksa korelasi antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dilihat besar nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Nilai *Tolerance* digunakan untuk mengukur variabel independent atau variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Alasan untuk melakukan pengujian multikolinieritas yakni:

- a. Apabila nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 , terjadi masalah multikolinieritas.

- b. Apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 , maka tidak ada masalah multikolinearitas.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji korelasi antara satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y) dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana. Persamaan untuk regresi linier sederhana dinyatakan sebagai: $Y = a + bX$, di mana Y mewakili variabel dependen, X mewakili variabel independen, a adalah konstanta, dan b adalah koefisien regresi. Tujuan utama dari analisis regresi linier dasar adalah untuk memastikan dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen, menetapkan pola matematis antara variabel X dan Y, dan membuat prediksi tentang nilai variabel Y dengan pengetahuan tentang variabel X. Dua asumsi penting yang harus diverifikasi dalam analisis regresi linier sederhana untuk memastikan keandalan hasil adalah uji linieritas dan uji kenormalan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi dan Objek Penelitian

SMA PGRI 1 Jombang didirikan pada tahun 1977, "YAYASAN USAHA SOSIAL PGRI" Cabang Jombang beralamat di Jalan Cipto Mangunkusumo No. 6 Jombang. Setelah itu, yayasan ini berganti nama menjadi "YPLP-PGRI Provinsi Jawa Timur di Jombang" dan saat ini dikenal dengan nama "PPLP DASMEN PGRI" Kabupaten Jombang yang beralamat di Jalan Dr. Wahidin Sudiro Husodo No. 4 Jombang.

Awalnya terdapat 3 kelas siswa kelas satu bersekolah di SMA PGRI 1 Jombang pada tahun pertama di gedung SMPP Negeri Jombang (sekarang SMA Negeri 2 Jombang).

Pada tahun kedua, SMA PGRI 1 Jombang menempati gedung SD Negeri Sengon Jombang sebagai tambahan dari gedung SMPP Negeri Jombang. Siswa kelas satu ditempatkan hingga tiga kelas di SMPP Negeri Jombang, dan siswa kelas dua hingga tiga kelas di SD Negeri Sengon Jombang (masuk siang).

Siswa kelas satu ditempatkan di SMPP Negeri Jombang pada tahun ketiga, dan siswa kelas dua dan tiga ditempatkan di SD Negeri Sengon Jombang. Kelas 1, 2, dan 3 semuanya ditempatkan di SD Negeri Sengon Jombang (masuk siang) pada tahun kelima setelah SMA PGRI 1 Jombang pindah dari gedung SMPP Negeri Jombang. Meskipun hanya beberapa kali belajar di sana, SMA PGRI 1

Jombang mulai membangun gedung sendiri di Jalan Pattimura V/73 Jombang pada tahun ajaran 1984-1985. Untuk tahun ajaran 1985-1986, siswa kelas 3 ditempatkan di gedung sendiri (masuk pagi), sedangkan kelas 1 dan 2 tetap ditampung di SDN Sengon (masuk sore). Pada tahun ajaran 1990-1991, seluruh siswa ditempatkan dalam satu gedung; siswa kelas 3 masuk pagi dan kelas 1 dan 2 masuk siang.

Dimulai dengan tahun ajaran 2004-2005, sebanyak 22 rombongan belajar yang terdiri dari siswa kelas X, XI, dan XII masuk di pagi hari.

B. Pelaksanaan Penelitian

1. Waktu dan Tempat

Data dikumpulkan secara offline ditempat dengan menggunakan penyebaran kuesioner secara online terhadap sejumlah siswa yang sesuai dengan kriteria subjek dari peneliti. Kuesioner penelitian disebar secara berkala dengan sistem per kelas (1 kelas terdiri dari 35-40 siswa) saat kondisi jam kelas senggang/kosong sehingga tidak mengganggu kegiatan belajar mengajar. Para responden mengikuti sesi penelitian dengan baik. Penyebaran kuesioner dimulai pada Februari 2024 sampai April 2024.

2. Jumlah Subjek Penelitian.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa remaja di SMA PGRI 1 Jombang yang berusia 16-19 tahun dan memiliki media sosial dengan jumlah total 220 orang.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Pengujian dilakukan menggunakan software SPSS versi 26.00. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi aitemtotal. Aitem dianggap valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

1) Hasil Uji Validitas Skala Kecanduan Media Sosial

Uji Validitas dilakukan terhadap skala Kecanduan Media Sosial (KMS) dan skala *Self Esteem* (SE). pada skala Kecanduan Media Sosial (KMS) tidak terdapat aitem yang gugur dari 29 aitem karena setelah di uji sig $>$ 0,30 sehingga seluruh aitem dinyatakan valid.

2) Hasil Uji Validitas Skala *Self Esteem*

Sedangkan uji validitas dilakukan pada skala *Self Esteem* (SE) juga tidak terdapat aitem yang gugur dari 10 aitem sehingga seluruh aitem dinyatakan valid karena setelah di uji sig > 0,30.

3) Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* dalam pengujian reliabilitas yang mana alat ukur dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 sehingga alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah menggunakan *software* SPSS versi 26.00.

4) Kecanduan Media Sosial

Hasil pengujian reliabilitas untuk Skala Kecanduan Media Sosial adalah sebagai berikut:

Table 4. 1 Reliabilitas Skala Kecanduan Media Sosial

Variabel	<i>Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
KMS (X)	0,948	> 0,70	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada Skala Kecanduan Media Sosial didapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.948.

Dengan demikian, nilai tersebut dianggap memiliki reliabel tinggi sehingga Skala Kecanduan Media Sosial bersifat reliabel karena $0.948 > 0.70$.

a. Self Esteem

Hasil pengujian reliabilitas untuk Skala *Self Esteem* adalah sebagai berikut:

Table 4. 2 Reliabilitas Self Esteem

Variabel	<i>Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
SE (Y)	0,715	> 0,70	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada Skala *Self Esteem* didapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.715. Dengan demikian, nilai tersebut dianggap memiliki reliabel tinggi sehingga Skala *Self Esteem* bersifat reliabel karena $0.715 > 0.70$.

2. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai secara empirik dan hipotetik dari data yang dimiliki. Nilai empirik merupakan nilai yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner. Nilai hipoteteik merupakan data yang diperoleh dari alat ukur penelitian berupa jumlah angka yang bertujuan untuk menilai tingkat ketegorisasi data dari tiap variable. Data yang digunakan untuk melakukan analisis statistik ini didapatkan dari kuisioner yang telah ditabulasi untuk

memberikan gambaran mengenai tanggapan responden. Penelitian ini menggunakan variabel Kecanduan Media Sosial (X), dan *Self Esteem* (Y). Variabel tersebut diuji menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui nilai minimal dan maksimal, rata-rata, serta standar deviasi yang diperoleh. Berikut hasil uji statistik deskriptif dari variabel diatas:

Table 4. 3 Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	<i>Mean</i>			Std. Deviation	
		<i>Min</i>	<i>Max</i>	Statistic	Std. Error	
X	220	29	100	67.07	1.053	15.618
Y	220	11	28	18.79	.247	3.660
Valid N (listwise)	220					

Tabel di atas memberikan gambaran statistik dari setiap variabel dalam penelitian ini berdasarkan temuan penelitian uji deskriptif. Standar deviasi menampilkan akar dari jumlah kuadrat selisih antara nilai data dengan rata-rata yang diperoleh setelah dibagi dengan banyaknya titik data. Nilai terendah pada data penelitian menunjukkan nilai terkecil, sedangkan nilai terbesar pada data penelitian menunjukkan nilai maksimum. Rata-rata

(mean) menunjukkan nilai data secara keseluruhan. Hasil dari analisis statistik deskriptif pada tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kecanduan Media Sosial (X)

Hasil analisis deskriptif untuk variabel Kecanduan Media Sosial menunjukkan nilai minimum 29 sedangkan nilai maksimumnya adalah 100 dengan nilai rata-rata (*mean*) dari variable Kecanduan Media Sosial sebesar 67,07 dimana nilai ini lebih besar dari nilai standar deviasi sebesar 15,618 sehingga menunjukkan bahwa jawaban dari satu responden dengan yang lain tidak jauh berbeda.

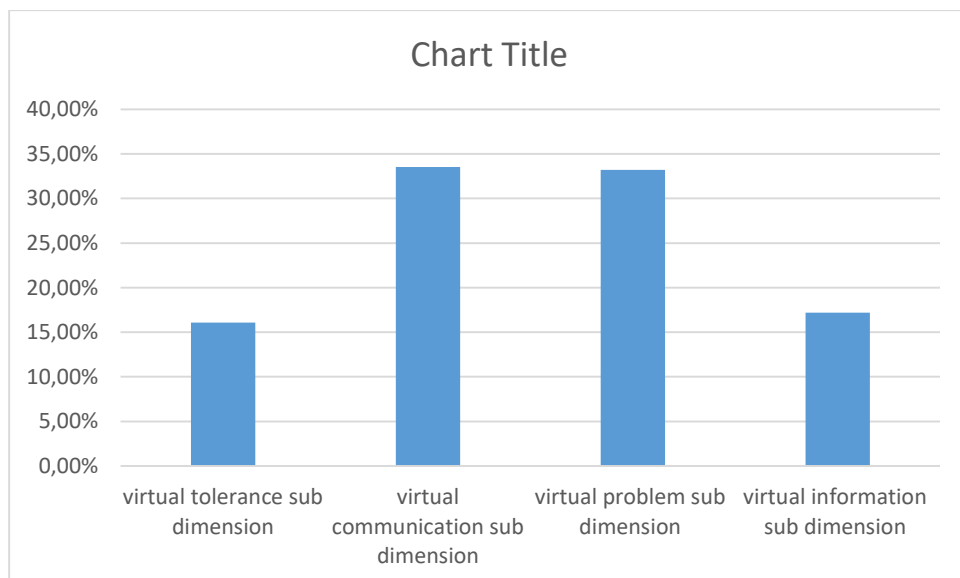
Table 4. 4 Uji Analisis Deskriptif Kecanduan Media Sosial

		Kategorisasi			
		Freque ncy	Perc ent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	rendah	41	18.6	18.6	18.6
	sedang	145	65.9	65.9	84.5
	Tinggi	34	15.5	15.5	100.0
	Total	220	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 41 (18,6%) subjek tergolong dalam kategori rendah, 145

(65,9%) subjek tergolong dalam kategori rendah, dan sebanyak 34 (15,5%) subjek tergolong dalam kategori tinggi/

Variable Kecanduan Media Sosial memiliki 4 aspek pembentuk, yaitu virtual tolerance, virtual communication, virtual problem, dan virtual information sub dimension. Aspek yang memiliki presentase tertinggi adalah aspek virtual communication dengan presentase 33,52%, sedangkan aspek terendah adalah virtual tolerance dengan presentase 16,08%



Gambar 4. 1 Presentase Aspek Kecanduan Media Sosial

b. Self Esteem (Y)

Hasil analisis deskriptif untuk variabel *Self esteem* menunjukkan nilai minimum 11 sedangkan nilai maksimumnya adalah 28 dengan nilai

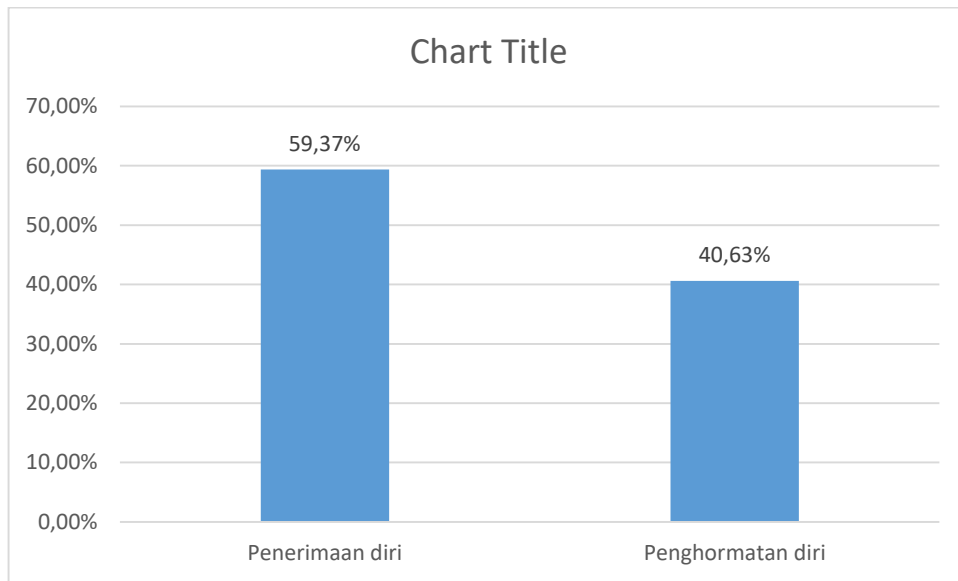
rata-rata (*mean*) dari sistem informasi akuntansi sebesar 18,79 dimana nilai ini lebih besar dari nilai standar deviasi sebesar 3,660 sehingga menunjukkan bahwa jawaban dari satu responden dengan yang lain tidak jauh beda.

Table 4. 5 Uji Analisis Deskriptif *Self Esteem*

		frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Rendah	49	22.3	22.3	22.3
	Sedang	119	54.1	54.1	76.4
	Tinggi	52	23.6	23.6	100.0
	total	220	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 49 (22,3%) subjek tergolong dalam kategori rendah, 119 (54,1%) subjek tergolong dalam kategori rendah, dan sebanyak 52 (23,6%) subjek tergolong dalam kategori tinggi.

Variable *Self Esteem* memiliki 2 aspek pembentuk, yaitu penerimaan diri dan penghormatan diri. Aspek yang memiliki presentase tertinggi adalah aspek penerimaan diri dengan presentase 59,37%, sedangkan aspek terendah adalah aspek penghormatan diri dengan presentase 40,63%



Gambar 4. 2 Presentase Aspek Self Esteem

D. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Untuk mengetahui secara spesifik data yang diperoleh dari responden berupa angka dapat menggunakan analisis data ini sehingga dapat ditarik kesimpulan dan kemudian dipaparkan secara jelas.

1. Uji Normalitas

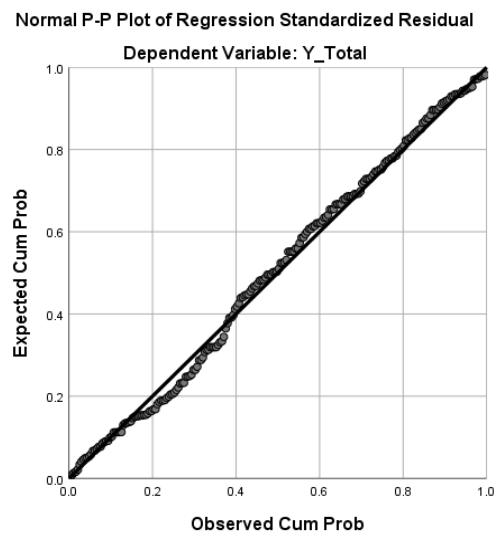
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak normal. Penelitian ini untuk melakukan uji normalitas menggunakan teknik one sample Kolmogorof Smirnof yaitu apabila nilai signifikansi yang didapatkan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data terdistribusi secara normal. Namun sebaliknya, apabila nilai signifikansi yang didapatkan

kurang dari 0,05 maka dinyatakan data terdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Table 4. 6 Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
Monte Carlo Sig.	KMS	0,121
	SE	0,64

Berdasarkan hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan didapatkan nilai Sig. kedua variabel > 0.05 . Dengan demikian, data dalam penelitian ini bersifat terdistribusi normal karena nilai Sig > 0.05 sehingga memenuhi syarat normalitas.



Gambar 4. 3 Uji Normalitas Plot

Berdasarkan grafik dari uji normalitas, menghasilkan titik-titik yang mengikuti garis, yang artinya data sampel pada setiap variabel berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linieritas yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui data berkorelasi linier atau tidak. Pengujian dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 26.00. Data dinyatakan linier apabila nilai Sig. *Deviation from Linearity* > 0.05 dan nilai Sig. *Linearity* < 0.05.

Table 4. 7 Uji Linearitas

			Sun of Df	Mean square	F	Sig.	
Y_total	Between groups	(combined)	1742.291	122	14.281	1.162	.221
		Linearity	120.618	1	120.618	9.815	.002
		Deviation from linearity	1621.673	121	13.402	1.091	.330
	Within groups		1192.090	97	12.290		
	total		2934.382	219			

Berdasarkan pengujian linieritas yang dilakukan diketahui nilai Sig. *Deviation from Linearity* untuk variable *Self Esteem*(Y) Kecanduan Media Sosial (X) sebesar 0.330 sehingga nilai Sig. *Deviation From Linearity* keduanya > 0.05 sedangkan untuk nilai Sig. *Linearity* variabel Y dengan X sebesar 0.02 sehingga nilai Sig. *Linearity* < 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel *Self Esteem* (Y) dan Kecanduan Media Sosial (X) memiliki hubungan yang linier.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 26.00. kriteria penilaian dilandaskan dari nilai *Tolerance* dan *Variation Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinier. Apabila nilai dan *Variation Inflation Factor* (VIF) < 10.00 tidak terjadi multikolinieritas.

Table 4. 8 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (constan)	14.564	1.053		13.834	.000		
X_total	.063	.015	.269	4.122	.000	1.000	1.000

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa semua nilai *tolerance* diatas 0,10 dan nilai *VIF* dibawah 10. Nilai **tolerance terkecil adalah 1.000** lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai **VIF terbesar adalah 1.000** yang berarti lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas

4. Analisis Linear Sederhana

Dalam penelitian ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui nilai pengaruh atau keterkaitan yang bersifat linear antara

variabel independen dan variable dependen yaitu variabel *Kecanduan Media Sosial* dan variabel *Self Esteem*.

Table 4. 9 Uji Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	14.564	1.053		13.834	.000
X_total	.063	.015	.269	4.122	.000

Dari Tabel diatas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 14,564 sedangkan nilai KMS (b/koefisien regresi) sebesar 0,063. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 14,564 + 0,063 X$$

Hasil persamaan diatas dapat diterjemahkan konstanta sebesar 14,564 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel KMS sebesar 14,654 koefisien regresi X sebesar 0,063 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai KMS maka SE akan bertambah sebesar 0,063. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh KMS (variabel X) terhadap SE (variabel Y) adalah positif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel KMS (X) berpengaruh terhadap variabel SE (Y).

➤ Uji Hipotesis

Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis dengan analisis uji Regresi Linier sederhana pada variabel Kecanduan Media Sosial (X)

dan *Self Esteem* (Y). Pengujian menggunakan *Software SPSS* versi 26.00 didapati hasil sebagai berikut.

5. Uji Simultan (Uji F)

Table 4. 10 Uji F

Model		Sum of squares	df	Mean square	f	sig
1	Regression	212.125	1	212.125	16.987	.000
	Residual	2722.257	218	12.487		
	Total	2934.382	219			

Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Dapat dinyatakan berpengaruh simultan apabila nilai Sig. < 0.05 dan nilai F hitung > F tabel. Pada tabel diatas menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel independent (X) terhadap Variabel dependen (Y). Dari output diatas terlihat bahwa F hitung 16,987 dengan tingkat signifikansi Probabilitas 0,000 < 0,05, maka dapat dinyatakan variable X berpengaruh simultan terhadap variable Y.

➤ Uji R

Table 4. 11 Uji R

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square change	Change statistics			Sig. F Change
						F change	df1	df2	
1	.269	.072	.068	3.534	.072	16.987	1	218	.000

Koefisien determinasi (R square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (Kecanduan Media Sosial) l mampu menjelaskan variabel dependen (*Self esteem*). Berdasarkan tabel diatas diketahui R Square sebesar 0,068 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari variabel X secara simultan terhadap variabel Y sebesar 6,8%.

E. Pembahasan

Setelah melalui berbagai proses pengumpulan dan analisis data dapat dijabarkan pembahasan dalam penelitian ini.

1. Tingkat Kecanduan Media Sosial dan *Self Esteem*

a. Tingkat Kecanduan Media Sosial remaja di SMA PGRI 1 Jombang

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkap bahwa tingkat kecanduan media sosial yang dimiliki oleh responden remaja di SMA PGRI 1 Jombang adalah terdapat sebanyak 41 responden termasuk dalam kategori rendah dengan presentase 18,6% menandakan tingkat kecanduan media sosial tinggi, 145 responden dengan presentase 65,9% memiliki tingkat kecanduan media sosial

“sedang”, dan sebanyak 34 responden termasuk dalam kategori tinggi dengan presentase 15,5% menandakan tingkat kecanduan media sosial rendah.

Apabila dilihat dari aspek yang terkandung dalam variabel Kecanduan Media Sosial, aspek menjadi penyumbang presentase paling tinggi yaitu virtual communication sub dimension sebanyak 33,52%. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden memiliki keterampilan komunikasi yang cukup dalam mempresentasikan diri dalam kehidupan nyata daripada secara virtual. Kemudian apabila dilihat dari aspek lain yang terkandung dalam variable kecanduan media sosial seperti yang telah dipaparkan, aspek virtual problem menjadi urutan kedua penyumbang presentase tertinggi, yaitu 33,21%. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden cukup merasa nyaman dalam mencari pelarian di dunia virtual. Selanjutnya pada aspek virtual information menjadi urutan ketiga dengan presentase 17,19%. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden cukup sering memiliki kecenderungan mencari dan membagikan informasi secara online di media sosial. Kemudian aspek virtual tolerance adalah terakhir yang memiliki presentase terendah dengan total 16,08%, sehingga dapat dikatakan responden sangat bergantung dan membutuhkan media sosial agar dapat terus terhubung dengan dunia virtual.

Berdasarkan data hasil diatas, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kecanduan media sosial sedang, yang mana aspek virtual communication sub dimension dan virtual problem sub dimension memiliki andil besar dalam mempengaruhi tingkat kecanduan media sosial dengan

masing-masing selisih presentase hanya 0,31%. Kemudian disusul aspek virtual information sub dimension dan yang terakhir virtual tolerance sub dimension yang mempengaruhi tingkat kecanduan media sosial.

b. Tingkat *self esteem* remaja di SMA PGRI 1 Jombang

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkap bahwa tingkat *Self Esteem* yang dimiliki oleh responden remaja di SMA PGRI 1 Jombang adalah terdapat sebanyak 49 responden termasuk dalam kategori rendah dengan presentase 22,3% menandakan tingkat *self esteem* tinggi, 119 responden dengan presentase 54,1% kategori sedang memiliki tingkat *self esteem* “sedang”, dan sebanyak 52 responden termasuk dalam kategori tinggi dengan presentase 23,6% menandakan tingkat *self esteem* negative tinggi.

Apabila dilihat dari aspek yang terkandung dalam variabel *self esteem*, aspek menjadi penyumbang presentase paling tinggi yaitu aspek penerimaan diri sebanyak 59,37%. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden terlalu ingin memiliki pengakuan dan juga penghargaan terhadap kelebihan dan kekurangan mereka sendiri, hal ini juga termasuk keinginan memiliki penghargaan terhadap keberhasilan dan sifat-sifat positif lainnya di samping menerima kesalahan atau kegagalan. Kemudian apabila dilihat dari aspek lain yang terkandung dalam variable *Self Esteem* seperti yang telah dipaparkan, aspek penghormatan diri menjadi urutan kedua, dengan presentase yaitu 40,63%. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden cukup

memiliki rasa penghargaan diri terhadap hal, kemampuan, dan pencapaian yang ada dalam dirinya.

c. Pengaruh Kecanduan Media sosial terhadap *Self Esteem*

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah diuji dan dilakukan, ditemukan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara kecanduan media sosial dan *self esteem* pada remaja di SMA PGRI 1 Jombang. Hal ini ditandai dengan Hasil yang ditunjukkan dari analisis regresi diperoleh nilai 0,063 yang artinya penambahan 1% variabel Kecanduan Media Sosial mampu menambahkan variabel *Self Esteem* sebesar 0,063. Hasil Uji-t diperoleh signifikansi 0,000 lebih kecil dari α (0,05). Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kecanduan media sosial terhadap variabel *self esteem*.

Berikutnya, hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh *R-squared* sebesar 0,068 yang berarti bahwa variabel kecanduan media sosial mampu mempengaruhi variabel *self esteem* sebesar 6,8% sedangkan sisanya sebesar 93,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *self esteem*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yonatan dan Sondang dalam jurnal psikologi, mereka menyebutkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram, maka semakin tinggi juga *self-esteem* negatif yang dimiliki remaja (Yonatan dan Sondang, 2020).

Menurut Rosson (2007), yang berpartisipasi dalam penelitian mereka merasa lebih terhubung dengan teman-teman sebagai hasil dari penggunaan media sosial, hal itu meningkatkan harga diri (*self Esteem*) mereka. Hal ini menyiratkan bahwa *self esteem* seseorang dapat meningkat sebagai hasil dari koneksi sosial yang mereka buat di media sosial, tetapi apabila penggunaannya berlebihan justru akan menyebabkan kelebihan *self esteem* negatif terhadap diri mereka.

Temuan penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya oleh Woods dan Scott (2016) dan Jan, Soomro, dan Ahmad (2017) yang menemukan korelasi negatif antara penggunaan media sosial dan *self esteem*. Selain itu, penjelasan alternative (berkebalikan) untuk temuan analisis ini juga dimungkinkan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kecanduan media sosial terhadap variabel *Self Esteem*. Peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kecanduan media sosial sebanyak 220 responden remaja di SMA PGRI 1 Jombang mayoritas pada tingkat “sedang” dengan kategori sedang yaitu sebanyak 145 (65,9%) responden, tetapi sebagian besar dari 145 responden yang masuk dalam kategori sedang cenderung memiliki perilaku kecanduan media sosial karena sebagian besar responden menjawab pada poin 1(sangat setuju) dan 2 (setuju) pada sebagian besar pertanyaan. Kemudian responden yang memiliki tingkat kecanduan media sosial sebanyak 41 (18,6%) dengan kategori rendah menandakan tingkat kecanduan media sosial yang tinggi
2. Tingkat *self esteem* sebanyak 220 responden remaja di SMA PGRI 1 Jombang mayoritas pada tingkat “sedang” dengan kategori sedang yaitu sebanyak 119 (54,1%) responden, tetapi sebagian besar dari 145 responden yang masuk dalam kategori sedang cenderung memiliki *self esteem* rendah karena sebagian besar responden menjawab pada poin 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju) pada sebagian besar pertanyaan. Kemudian responden yang memiliki *self esteem*

sebanyak 52 (23,6%) dengan kategori tinggi menandakan tingkat *self esteem* negatif yang tinggi

3. Nilai konsistensi variabel Kecanduan media sosial sebesar 14,654 koefisien regresi X sebesar 0,063 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai Kecanduan media sosial maka *Self esteem* negatif akan bertambah sebesar 0,063. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh Kecanduan media sosial terhadap *Self esteem* negatif adalah positif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari penelitian sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kecanduan media sosial berpengaruh terhadap *self esteem* responden.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran yang diberikan peneliti terkait penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagi siswa remaja

Untuk remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG, diharapkan mampu mengurangi perilaku kecenderungan kecanduan media sosial dengan dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, serta lebih bijak mengatur waktu penggunaan media sosial dimanapun, sehingga manfaat dari penggunaan internet dan media sosial dapat lebih dirasakan dan tidak sampai mengganggu aktivitas penting lainnya di kehidupan nyata, seperti sekolah, belajar, dan lain-lain.

2. Bagi Sekolah

Untuk sekolah SMA PGRI 1 JOMBANG diharapkan dapat lebih memperhatikan penggunaan gadget pribadi siswa dalam proses pembelajaran serta memberikan perhatian dan peraturan yang lebih jelas terhadap penggunaan gadget pribadi dalam proses pembelajaran, sehingga membuat para siswa remaja dapat lebih bijak dalam mengatur waktu, mengetahui kapan waktu yang diperbolehkan mengakses gadget dan media sosial di sekolah serta lebih focus dalam proses pembelajaran

3. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya duharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan tentang pengaruh kecanduan media sosial terhadap self esteem remaja, serta dijadikan pedoman bagi peneliti selanjutnya. Dan apabila terdapat kekurangan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan perbaikan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adishesa, E. 1. (2020). *Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan Self-Esteem pada Remaja (Instagram Use and Self-Esteem among Adolescents)*. 11(1), 26–36.
- Cooper, W. W., Seiford, L. M., & Zhu, J. (2000). *A unified additive model approach for evaluating inefficiency and congestion with associated measures in DEA*. www.elsevier.com/locate/orms
- Dinar, L., Fitriany Fakhri, N., Ridfah, A., Psikologi, F., & Makassar, U. N. (2023). PENGGUNA MEDIA SOSIAL. *JIVA: Journal of Behaviour and Mental Health*, 4(2), 112–132. <https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JIVA/index>
- Griffiths, M. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Hastuti PAUD FKIP UAD Yogyakarta, D. P. (2016). *STRATEGI PENGEMBANGAN HARGA DIRI ANAK USIA DINI*.
- Islam, P. author B. B. (2020, March 10). Penjelasan Kitab Tauhid BAB 5 – Dakwah Kepada Syahadat la ilaha illallah - bekal islam. Bekal Islam - Tuntunan Ibadah Sesuai Sunnah (Cara Sholat, Cara Puasa, Cara Haji, Cara Bersuci dll.). <https://bekalislam.firanda.net/2188-penjelasan-kitab-tauhid-bab-5-dakwah-kepada-syahadat-la-ilaha-illallah.html>
- Jamal J. Al-Menayes. (n.d.) (2019). Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait | semantic scholar. Psychology, Education, Sociology. <https://www.semanticscholar.org/paper/Dimensions-of-Social-Media-Addiction-among-Students-Al-Menayes/b452cbdd2d1bb73f3817fc906e3f28cebb2dbef9>
- Lilley, N. (2015, August 26). Why I’m happier without Instagram. The Arizona State Press. <https://www.statepress.com/article/2015/08/instagram-health-lifestyle-depression>
- Liu, C. Y., & Kuo, F. Y. (2007). A study of Internet addiction through the lens of the interpersonal theory. *Cyberpsychology and Behavior*, 10(6), 799–804. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9951>
- Mruk, C. J. (2006). *Self-Esteem Research, Theory, and Practice Toward a Positive Psychology of Self-Esteem 3rd Edition*.
- MUHAMMAD IQBAL. (2011). “HUBUNGAN ANTARA SELF-ESTEEM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP RESILIENSI PADA REMAJA DI YAYASAN HIMMATA.”
- Nabila, S., & Liyanti, L. (2019). *Volume 4 Nomor 2 KOHESI SELF-ESTEEM DAN KEMAMPUAN RESILIENSI ANAK MARGINAL DALAM ROMAN PÜNKTCHEN UND ANTON*.

- Namiroh Lubis. (2017). *PERAN TEORI HIRARKI KEBUTUHAN ABRAHAM MASLOW DALAM PEMBELAJARAN IPA KELAS IV*.
- Oktalia, B., Tiatri, S., & Heni Mularsih, dan. (2018). *EFEKTIVITAS PROGRAM PSIKOEDUKASI PENGEMBANGAN SELF-ESTEEM UNTUK MENINGKATKAN SELF-ESTEEM REMAJA KELAS 1 DI SMP X*. 2(2), 769–778.
- Potard, C. (2017a). Self-Esteem Inventory (Coopersmith). In *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* (pp. 1–3). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_81-1
- Purnasari, K. D., Abdullah, S. M., Mercu, U., & Yogyakarta, B. (2018). HARGA DIRI DAN KEMATANGAN KARIER PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR SELF ESTEEM AND CAREER MATURITY IN FINAL-YEAR UNDERGRADUATE STUDENTS. *InSight*, 20(1). <https://student.cnnindonesia.com/edukasi>,
- Robins, R. W., & Trzesniewski, K. H. (2005). Self-Esteem Development Across the Lifespan. In *CURRENT DIRECTIONS IN PSYCHOLOGICAL SCIENCE* (Vol. 14, Issue 3).
- Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Tracy, J. L., Gosling, S. D., & Potter, J. (2002). Global self-esteem across the life span. *Psychology and Aging*, 17(3), 423–434. <https://doi.org/10.1037/0882-7974.17.3.423>
- Rosson, M. Beth., ACM Digital Library., & ACM Special Interest Group on Computer-Human Interaction. (2007). *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM.
- Sugiyono. (n.d.). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Dan R&D. web hit counter. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/200700/metode-penelitian-pendidikan-pendekatan-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d>
- Sumadi, E., & Kudus, S. (2016). DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. In *Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah* (Vol. 4, Issue 1).
- ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK SELF-ESTEEM SANTRI (Studi Kasus di Pondok Pesantren Attaqwa Pusat Putera Bekasi). (n.d.).Azwar, S. (2018). Metode Penelitian Psikologi. In *Pustaka Pelajar* (2nd ed.). Pustaka Belajar.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN. In *Mitra Wacana Media*. Mitra Wacana Media.
- Chandra, A., Latifah, A., Pratama, H., Maherdy, O., & Mahayana, D. (2019) (n.d.). Kajian Adiksi Internet dan Adiksi Media Sosial dari Sisi Filsafat Sains. <http://jurnal.sttgarut.ac.id/>

- Chen, X., & Ma, R. (2023). Adolescents' Self-Esteem: The Influence Factors and Solutions. In *Journal of Education, Humanities and Social Sciences EPHHR* (Vol. 2022).
- Grau, S., Kleiser, S., & Bright, L. (2019). Exploring social media addiction among student Millennials. *Qualitative Market Research*, 22(2), 200–216. <https://doi.org/10.1108/QMR-02-2017-0058>
- Isnani, I., Mukhlis, K., Psikologi, F., Sultan, U., & Riau, S. K. (n.d.). (2021) Perbedaan Harga Diri (Self Esteem) Remaja Ditinjau dari Keberadaan Ayah.
- Krisnadi, B., Fakultas, A. A., Universitas, P., Unggul, E., Arjuna, J., No, U., Tomang, 2013 T., & Jeruk,
- K. (n.d.). KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA DEWASA AWAL: APAKAH DAMPAK DARI KESEPIAN? (Vol. 3).
- Melizza, N., Rahmawati, A., Ari Arfianto, M., Wahyu Mashfufa, E., Dwi Kurnia, A., & Lailaltul
- Masruroh, N. (2023). The Relationship Between Body Shaming and Self-esteem in Students. *KnE Medicine*. <https://doi.org/10.18502/kme.v3i2.13084>
- Monteiro, R. P., Coelho, G. L. de H., Hanel, P. H. P., de Medeiros, E. D., & da Silva, P. D. G. (2022). The Efficient Assessment of Self-Esteem: Proposing the Brief Rosenberg Self-Esteem Scale. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 931–947. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-09936-4>
- Orth, U., & Robins, R. W. (2022). Is High Self-Esteem Beneficial? Revisiting a Classic Question. *American Psychologist*, 77(1), 5–17. <https://doi.org/10.1037/amp0000922>
- Putra, I. F. (2016). Kecanduan media sosial pada generasi milenial: Bagaimana peranan kontrol diri dan fear of missing out? In *Universitas* (Vol. 4, Issue 01).
- Repi, A. A. (2019). Self Compassion Versus Self Esteem terhadap Pembentukan Self Concept Remaja: Mana yang Lebih Baik? *Jurnal Psikologi TALENTA*, 4(2), 167. <https://doi.org/10.26858/talenta.v4i2.8242>
- Sapty Rahayu, F., Kristiani, L., & Fuhrensia Wersemetawar, S. (n.d.), (2017) Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Remaja di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.45
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Tria Febrina, D., Lestari Suharso, P., & Yustikarini Saleh, A. (2018). SELF-ESTEEM REMAJA AWAL: TEMUAN BASELINE DARI RENCANA PROGRAM SELF-INSTRUCTIONAL TRAINING KOMPETENSI DIRI. In *Jurnal Psikologi Insight Departemen Psikologi* (Vol. 2, Issue 1).

- Dinar, L., Fitriany Fakhri, N., Ridfah, A., Psikologi, F., & Makassar, U. N. (2023). PENGGUNA MEDIA SOSIAL. *JIVA: Journal of Behaviour and Mental Health*, 4(2), 112–132. <https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JIVA/index>
- Namiroh Lubis. (2017). *PERAN TEORI HIRARKI KEBUTUHAN ABRAHAM MASLOW DALAM PEMBELAJARAN IPA KELAS IV*.
- Potard, C. (2017). Self-Esteem Inventory (Coopersmith). In *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* (pp. 1–3). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_81-1
- Sumadi, E., & Kudus, S. (2016). DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. In *Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah* (Vol. 4, Issue 1).
- Tafarodi, R. W., & Milne, A. B. (1991). Decomposing Global Self-Esteem. In *Journal of Personality* (Vol. 70). Crandall.
- Cooper, W. W., Seiford, L. M., & Zhu, J. (n.d.). *A uni®ed additive model approach for evaluating ine • ciency and congestion with associated measures in DEA*. www.elsevier.com/locate/orms
- Dinar, L., Fitriany Fakhri, N., Ridfah, A., Psikologi, F., & Makassar, U. N. (2023). PENGGUNA MEDIA SOSIAL. *JIVA: Journal of Behaviour and Mental Health*, 4(2), 112–132. <https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JIVA/index>
- IKA ANUARI. (2018). HUBUNGAN ANTARA KESEPIAN DENGAN KECANDUAN INTERNET PADA REMAJA. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA*.
- Jamie Arndt. (2003). COMMENTARIES on “Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem.” *Psychological Inquiry*, 14(1), 27–82. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1401_02

- Liu, C. Y., & Kuo, F. Y. (2007). A study of Internet addiction through the lens of the interpersonal theory. *Cyberpsychology and Behavior*, 10(6), 799–804. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9951>
- Pratiwi. (n.d.).(2018) Self esteem dari Christhoper J.Mruk. *Universitas Islam Bandung*.
- Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Tracy, J. L., Gosling, S. D., & Potter, J. (2002). Global self-esteem across the life span. *Psychology and Aging*, 17(3), 423–434. <https://doi.org/10.1037/0882-7974.17.3.423>
- Rosson, M. Beth., ACM Digital Library., & ACM Special Interest Group on Computer-Human Interaction. (2007). *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM.
- Sumadi, E., & Kudus, S. (2016). DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. In *Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah* (Vol. 4, Issue 1).
- VELA YUNITA. (n.d.). (2020) *HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL ORANG TUA DAN ANAK DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA*.
- Ahad,. (2022, September 17). Tafsir Surat at-tin ayat 4-6: Kesempurnaan Manusia Dan Titik terendahnya. NU Online. <https://islam.nu.or.id/amp/tafsir/tafsir-surat-at-tin-ayat-4-6-kesempurnaan-manusia-dan-titik-terendahnya-caHEj>
- Surat Ali 'Imran Ayat 139 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir: Baca Di Tafsirweb*. TafsirWeb. (n.d.). <https://tafsirweb.com/1271-surat-ali-imran-ayat-139.html>
- John W. Santrock W. Santrock. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa-Hidup Edisi ke-13 Jlid 1* (Edisi ke-13 Jilid 1, Vol. xvi,471p., Ilus.; 21x28cm). Erlangga.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Responden

Identitas Responden / subjek

Nama:

Nomor Telepon:

Usia:

1. Petunjuk Pengisian:

- Bacalah pertanyaan yang telah disediakan, kemudian pilih jawaban yang paling sesuai atau mendekati dengan keadaan yang dirasakan.
- berikan jawaban dengan mengisi / meng klik kolom pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan. Dengan pilihan, sebagai berikut:

SS : Sangat sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS : Sangat Tidak sesuai

- Setiap pertanyaan harus memilih 1 jawaban.
- Dalam menjawab pertanyaan tidak ada benar dan salah,
- jawablah sesuai dengan keadaan diri sendiri, Kerahasiaan dalam pengisian angket ini dijamin terjaga.

A. SKALA KECANDUAN MEDIA SOSIAL

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu ingin membuka media social saya.				
2	Saya selalu mencari koneksi internet agar dapat menggunakan media sosial.				
3	Hal pertama yang saya lakukan ketika bangun tidur adalah membuka media sosial.				
4	Media sosial menjadi pelarian saya dari kehidupan nyata.				
5	Saya tidak dapat hidup tanpa media social.				
6	Saya lebih suka bermain media social daripada bersosialisai dengan orang disekitar saya				
7	Pertemanan di media social lebih menyenangkan daripada di dunia nyata.				
8	Saya merasa lebih mampu mengekspresikan diri saya di media sosial.				
9	Apa yang terlihat di media sosial adalah saya yang sebenarnya.				
10	Saya lebih suka berkomunikasi melalui media social.				
11	Saya tetap menggunakan media social walaupun keluarga tidak suka.				
12	Saya ingin menghabiskan waktu di media social saat sedang sendiri.				
13	Saya lebih sering bersosialisasi melalui sosial media daripada bertemu secara langsung.				
14	Media social sangat mempengaruhi kehidupan saya.				
15	Saya sering melewatkan pekerjaan rumah saya karena bermain media social.				
16	saya merasa keberatan jika harus mengurangi waktu bermedia social saya.				

17	Jika saya tidak membuka media social saya, saya merasa tidak senang.				
18	Saya merasa semangat jika bermain media social.				
19	Saya sering lupa dengan keluarga saya jika bermain media social.				
20	Saya selalu penasaran dengan dunia media sosial				
21	Saya sering terlena karena bermain media sosial sehingga lupa makan dan minum.				
22	Saya sadar jika media social mengurangi produktivitas saya.				
23	Saya merasa insecure atas fisik saya karena bermain media social.				
24	Saya selalu berusaha membuka media social dimanapun agar dapat langsung mengetahui perkembangan informasi.				
25	Untuk mendapatkan informasi, saya lebih suka menggunakan media social.				
26	Saya mengetahui informasi yang dibagikan dari grup-grup sosial media melalui social media saya.				
27	Saya sering menggunakan media social untuk melihat informasi khusus (e.g ulang tahun)				
28	Saya aktif di media sosial untuk mendapatkan informasi seputar kegiatan sekolah.				
29	Saya selalu aktif di media sosial untuk mengetahui informasi yang dibagikan oleh teman dan keluarga saya.				

B. SKALA SELF ESTEEM

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan diri saya sendiri.				
2	terkadang saya berpikir saya tidak baik sama sekali.				
3	Saya merasa memiliki beberapa hal baik dalam diri saya.				
4	saya bisa melakukan hal sebaik orang lain				
5	saya merasa tidak banyak yang dapat dibanggakan				
6	terkadang saya merasa tidak berguna				
7	terkadang saya merasa tidak berguna				
8	saya berharap bisa lebih menghargai diri sendiri				
9	Saya berpikir bahwa secara garis besar saya gagal.				
10	Saya bersikap positif terhadap diri saya sendiri.				

X15	64.5773	220.017	.612	.946
X16	64.4636	220.058	.726	.945
X17	64.5955	219.639	.708	.945
X18	64.8364	220.932	.712	.945
X19	64.2727	218.711	.649	.945
X20	65.0182	223.488	.610	.946
X21	64.4682	218.579	.645	.945
X22	65.1455	223.011	.503	.947
X23	64.7500	218.983	.597	.946
X24	65.1818	222.606	.613	.946
X25	65.3773	223.734	.553	.946
X26	65.2409	223.581	.623	.946
X27	65.0773	221.807	.671	.945
X28	65.2773	225.946	.505	.947
X29	65.2591	226.056	.517	.947

B. Self Esteem

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	16.8545	10.846	.425	.684
Y02	16.7455	11.378	.362	.695
Y03	17.0227	11.611	.384	.693
Y04	16.8682	11.375	.387	.691
Y05	16.7500	11.330	.349	.698
Y06	16.8182	11.355	.361	.695
Y07	16.8955	11.391	.341	.699
Y08	17.2500	11.595	.373	.694
Y09	16.6864	10.764	.372	.695
Y10	17.1455	11.202	.399	.689

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

A. Kecanduan Media Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	29

B. Self Esteem

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	10

Lampiran 5 Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean		Std. Deviation Statistic
				Statistic	Std. Error	
X_Total	220	29	100	67.07	1.053	15.618
Y_Total	220	11	28	18.79	.247	3.660
Valid N (listwise)	220					

Lampiran 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		220	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.52567661	
Most Extreme Differences	Absolute	.046	
	Positive	.046	
	Negative	-.035	
Test Statistic		.046	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.732 ^e	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.721
		Upper Bound	.743

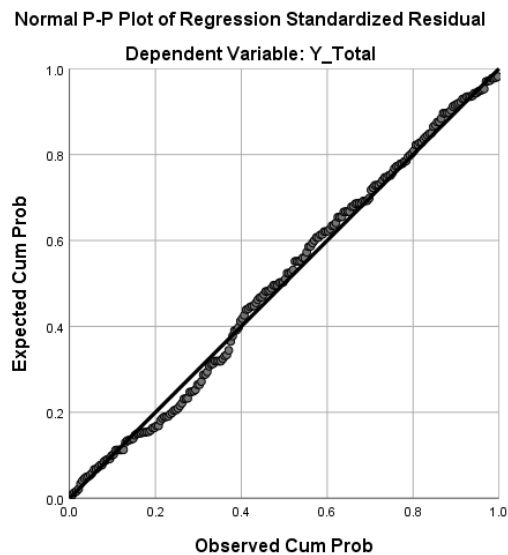
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1556559737.



Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14.564	1.053		13.834	.000		
X_Total	.063	.015	.269	4.122	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y_Total

Lampiran 8 Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Y_Total	Between Groups	(Combined)	1742.291	122	14.281	1.162	.221
X_Total	Linearity		120.618	1	120.618	9.815	.002
	Deviation from Linearity		1621.673	121	13.402	1.091	.330
	Within Groups		1192.090	97	12.290		
	Total		2934.382	219			

Lampiran 9 Uji Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.564	1.053		13.834	.000
X_Total	.063	.015	.269	4.122	.000

a. Dependent Variable: Y_Total

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	212.125	1	212.125	16.987	.000 ^b
	Residual	2722.257	218	12.487		
	Total	2934.382	219			

a. Dependent Variable: Y_Total

b. Predictors: (Constant), X_Total

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.269 ^a	.072	.068	3.534	.072	16.987	1	218	.000

a. Predictors: (Constant), X_Total

b. Dependent Variable: Y_Total

Lampiran 10 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI

Jalan Gajayana 50 Malang, 65144, Telepon: 0341-558916, Website: fps.uin-malang.ac.id

No. : 1015 /FPsi.1/PP.009/7/2024
Perihal : IZIN PENELITIAN SKRIPSI

19 Juli 2024

Kepada Yth.
Kepala SMA PGRI 1 JOMBANG
Jalan Pattimura V/73 Jombang
di
Jombang

Dengan hormat,
Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi kepada:

Nama / NIM	: RANIA NUR AINI / 200401110166
Tempat Penelitian	: SMA PGRI 1 JOMBANG
Judul Skripsi	: Pengaruh Kecanduan Media Sosial Terhadap Self Esteem Remaja di Sma PGRI 1 Jombang
Dosen Pembimbing	: 1. Dr. Siti Mahmudah, M.Si. 2. Muhammad Arif Furqon, M.Psi., Psikolog
Tanggal Penelitian	: 11-03-2024 s.d 15-03-2024
Model Kegiatan	: Online

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.



Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Tembusan:
1. Dekan;
2. Para Wakil Dekan;
3. Ketua Jurusan;
4. Arsip.

Lampiran 11 Surat Keterangan Selesai Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN JOMBANG
DINAS PENDIDIKAN
SMA PGRI 1 JOMBANG**



Jl. Patihura No. V/73, Sengon, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur

Website: <http://smapgr1s1.jombang.sch.id> e-mail: gr1smpr1@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Sekolah SMA PGRI 1 JOMBANG, menerangkan bahwa:

Nama : Rania Nur Aini
NIM : 200401110166
Program Studi : Psikologi
Pendidikan : Mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang

Dengan ini menyatakan yang sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut BENAR telah melaksanakan penelitian di SMA PGRI 1 JOMBANG pada 11 Maret 2024, dengan Judul Penelitian "Pengaruh Kecanduan Media Sosial Terhadap Remaja di SMA PGRI 1 JOMBANG".

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Kepala SMA PGRI 1 JOMBANG

Abd. Qadir, S.Ag, M.Pd

