BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Analisis Data

Analisis uji beda pada data *pre-test* dan *post-test* harga diri pada penelitian ini menggunakan teknik *Wilcoxon Signed Rank Test*. Hidayat dan Istiadah (2011) mengatakan bahwa *Wilcoxon Signed Rank Test* merupakan teknik untuk melakukan uji beda pada dua sampel yang berpasangan atau terikat apakah kedua sampel tersebut memiliki rata-rata yang secara nyata berbeda atau tidak. Teknik Wilcoxon dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat nilai peningkatan yang secara nyata berbeda atau signifikan pada data harga diri kelompok tunggal subjek penelitian sesudah diberi pelatihan komunikasi interpersonal dibandingkan dengan sebelum diberi pelatihan tersebut.

Hasil pengujian dengan teknik *Wilcoxon Signed Rank Test* menghasilkan nilai rata-rata data harga diri keseluruhan subjek penelitian setelah diberi intervensi berupa pelatihan komunikasi interpersonal secara deskriptif lebih tinggi daripada nilai rata-rata data harga diri subjek penelitian sebelum diberi pelatihan. Hal itu dapat dilihat pada tabel 5.1. berikut ini :

Tabel 5.1. Perbedaan Rata-rata Deskriptif *Pretest* dan *Posttest* Harga Diri

	N	Mean	Std. Deviation
TOTAL_PRETEST	18	37.83	2.792
TOTAL_POSTTEST	18	39.28	4.198

Pada tabel 5.1. di atas, nilai rata-rata (*mean*) *pretest* harga diri subjek sebesar 37.83 sedangkan nilai rata-rata (*mean*) *post-test* harga diri subjek sebesar 39.28. Hal itu jelas menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) post-test harga diri

subjek lebih tinggi dibandingkan dengan nilai rata-rata (*mean*) *pre-test* harga dirinya dengan nilai peningkatan yang terjadi yaitu sebesar 1.45.

Jumlah urutan *ranking* (*rank order*) yang berasal dari selisih antara data *posttest* dan *pretest* harga diri subjek beserta jumlah subjek dalam kategori *negative ranks*, *positive ranks*, serta *ties* juga ditunjukkan pada tabel 5.2. di bawah ini :

Tabel 5.2. Jumlah Ranking Dan Kategori Subjek

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_POSTTEST - TOTAL_PRETEST	Negative Ranks	5[a]	5.10	25.50
	Positive Ranks	9[b]	8.83	79.50
	Ties	4[c]		
	Total	18		

Tabel 5.2. di atas menunjukkan bahwa subjek yang data harga dirinya lebih rendah sesudah diberi pelatihan komunikasi interpersonal (*negative ranks*) sebanyak lima orang. Subjek yang data harga dirinya lebih tinggi sesudah diberi pelatihan komunikasi interpersonal (*positive ranks*) sebanyak sembilan orang. Subjek yang sama sekali tidak mengalami perubahan dalam data harga dirinya setelah diberi pelatihan komunikasi interpersonal (*ties*) sebanyak empat orang. Selain itu, jumlah *ranking* (*sum of ranks*) subjek yang data harga dirinya lebih rendah sesudah diberi pelatihan komunikasi interpersonal sebesar 25.50, sedangkan jumlah *ranking* subjek yang data harga dirinya lebih tinggi sesudah diberi pelatihan sebesar 79.50 (jumlah subjek pada kategori *ties* dalam hal ini tidak diikutkan). Hal itu menunjukkan bahwa baik jumlah subjek maupun jumlah *ranking* subjek yang mengalami peningkatan harga diri sesudah diberi pelatihan komunikasi interpersonal melebihi jumlah subjek yang harga dirinya sama sekali tidak mengalami peningkatan atau bahkan menurun.

Hasil signifikansi nilai peningkatan harga diri yang terjadi setelah subjek mendapat pelatihan komunikasi interpersonal juga ditunjukkan pada tabel 5.3. di bawah ini :

Tabel 5.3. Signifikansi Nilai Peningkatan Harga Diri

	TOTAL_POSTTEST - TOTAL_PRETEST
Z	-1,706[b]
Asymp. Sig. (2-tailed)	,088

Pada tabel 5.3. tersebut, nilai *p value* (*Asymp. Sig. 2-tailed*) yang ditunjukkan adalah 0.088. Nilai tersebut kemudian dibagi dua untuk menentukan signifikansi yang sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengujian satu arah (*one tailed*). Nilai *p value* sebesar 0.088 yang dibagi dua menghasilkan nilai *p value* (*one tailed*) sebesar 0.044. Nilai *p value* (*one tailed*) sebesar 0.044 tersebut kurang dari 0.05 ($p < 0.05$), maka dapat dikatakan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan pada data harga diri subjek setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis dalam penelitian eksperimen ini diterima yaitu bahwa ada perbedaan harga diri subjek sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal. Setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal harga diri subjek lebih tinggi daripada sebelum mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal.

Analisis dengan *Wilcoxon Signed Rank Test* pada SPSS juga digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata peningkatan harga diri setiap aspeknya untuk mengetahui aspek mana yang memiliki rata-rata peningkatan terbesar dan signifikan. Berdasarkan hasil analisis setiap aspek harga diri diketahui bahwa rata-rata peningkatan terbesar yang terjadi sesudah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal dibandingkan dengan sebelum mengikuti pelatihan terdapat pada

aspek kedua yaitu perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) dengan rata-rata peningkatan sebesar 0.94. Hal itu dapat dilihat pada tabel 5.4. di bawah ini

Tabel 5.4. Perbedaan Rata-rata *Pretest* dan *Posttest* Tiap Aspek Harga Diri

	N	Mean	Std. Deviation
Pre_KeberhargaanDiri	18	15.22	1.517
Pre_EfikasiDiri	18	14.00	1.237
Pre_DiriOtentik	18	8.56	.984
Post_KeberhargaanDiri	18	15.50	1.689
Post_EfikasiDiri	18	14.94	1.697
Post_DiriOtentik	18	8.83	1.425

Pada tabel 5.4. di atas, rata-rata (*mean*) *pretest* aspek pertama yaitu perasaan keberhargaan diri (*sense of self-worth*) sebesar 15.22 sedangkan rata-rata *posttest*-nya sebesar 15.50, sehingga keduanya menunjukkan peningkatan sebesar 0.28. Rata-rata (*mean*) *pretest* aspek kedua yaitu perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) sebesar 14.00 sedangkan rata-rata *posttest*-nya sebesar 14.94, sehingga keduanya menunjukkan peningkatan sebesar 0.94. Rata-rata (*mean*) *pretest* aspek ketiga yaitu perasaan diri yang otentik (*sense of authenticity*) sebesar 8.56 sedangkan rata-rata *posttest*-nya sebesar 8.83, sehingga keduanya menunjukkan peningkatan sebesar 0.27. Hal itu menunjukkan bahwa rata-rata peningkatan terbesar setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal terjadi pada aspek kedua yaitu perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*).

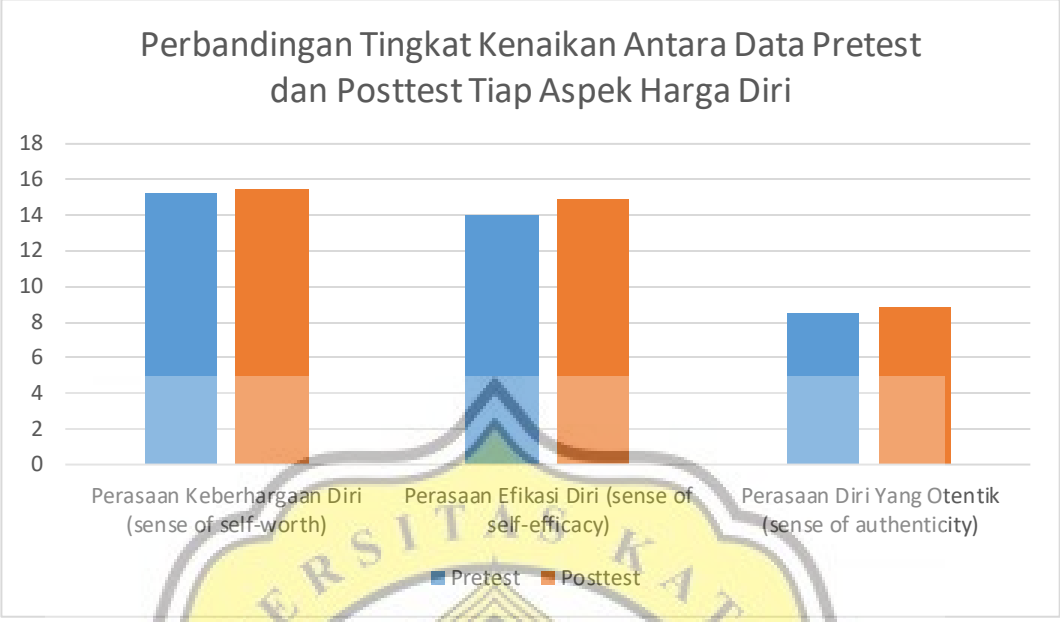
Signifikansi rata-rata peningkatan tiap aspek harga diri subjek setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal juga ditunjukkan pada tabel 5.5. di bawah ini :

Tabel 5.5. Signifikansi Rata-rata Peningkatan Tiap Aspek Harga Diri

	Post_KeberhargaanDiri - Pre_KeberhargaanDiri	Post_EfikasiDiri - Pre_EfikasiDiri	Post_DiriOtentik - Pre_DiriOtentik
Z	-.749[b]	-2.411[b]	-.516[b]
Asymp. Sig. (2-tailed)	.454	.016	.606

Tabel 5.5. menunjukkan nilai *p value* (*Asymp. Sig. 2-tailed*) untuk aspek yang memiliki rata-rata peningkatan terbesar setelah pelatihan yaitu aspek perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) sebesar 0.016. Nilai *p value* 0.016 tersebut kemudian dibagi dua untuk melihat signifikansinya pada uji satu arah (*one tailed*) sehingga menjadi 0.008. Nilai *p value* (*one tailed*) sebesar 0.008 tersebut lebih kecil dari 0.05 ($p < 0.05$) sehingga rata-rata peningkatan yang terjadi pada aspek perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) dari harga diri subjek setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal terbukti signifikan. Hal itu berarti ada peningkatan yang secara nyata terjadi pada aspek perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) dari harga diri subjek setelah mengikuti pelatihan.

Berdasarkan signifikansi rata-rata peningkatan tiap aspek harga diri subjek setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal, dapat diketahui bahwa aspek perasaan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) dalam harga diri subjek mengalami perbedaan yang signifikan dan lebih tinggi setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal dibandingkan sebelum mengikuti pelatihan. Hal itu juga dapat dilihat secara jelas pada gambar 5.1. di bawah ini :



Gambar 5.1. Perbandingan Tingkat Kenaikan Data Pre-Post Tiap Aspek.

5.2. Hasil Follow Up Action Plan Pelatihan Komunikasi Interpersonal

Hasil analisis data penelitian ini juga didukung oleh data hasil *follow up* yang diisi oleh seluruh subjek dalam penelitian ini setelah mereka melakukan beberapa rencana perilaku (*action plan*) yang mereka buat sendiri dalam kurun waktu satu bulan. Pada lembar *action plan* sekaligus *follow up* sebelumnya diketahui bahwa masing-masing subjek penelitian menuliskan jumlah rencana perilaku yang berbeda-beda menurut kesanggupan mereka masing-masing untuk melakukannya dalam kurun waktu satu bulan. Semua rencana perilaku yang dibuat oleh masing-masing subjek tersebut mengandung kelima aspek komunikasi interpersonal yang menurut DeVito (2016) yaitu aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Subjek penelitian yang telah melakukan rencana-rencana perilaku yang mereka buat sendiri dalam kurun waktu satu bulan tersebut kemudian mengevaluasi keberhasilan penerapan rencana-rencana perilaku tersebut pada sesi *follow up.* Evaluasi dilakukan dengan memberikan

tanda *checklist* pada kolom realisasi hanya pada masing-masing rencana perilaku yang telah berhasil dilaksanakannya dalam kurun waktu satu bulan tadi. Berdasarkan jumlah *checklist* yang telah diberikan oleh subjek penelitian dalam kolom realisasi tadi, kemudian dihitung besarnya presentase keberhasilan setiap subjek dalam menerapkan perilaku-perilaku terkait aspek-aspek komunikasi interpersonal tadi. Data hasil *follow up* keseluruhan subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 5.6 di bawah ini :

Tabel 5.6. Data Hasil *Follow up* Subjek Penelitian

No.	Inisial	Jumlah Rencana	Jumlah Realisasi	Presentase Keberhasilan
1.	AG	6	6	100%
2.	RH	6	4	66.67%
3.	ME	6	6	100%
4.	VNF	6	6	100%
5.	PN	7	7	100%
6.	YPS	5	5	100%
7.	NB	6	6	100%
8.	MT	6	6	100%
9.	DP	6	6	100%
10.	ES	6	6	100%
11.	KA	6	6	100%
12.	AS	5	5	100%
13.	R	6	6	100%
14.	MNS	6	6	100%
15.	MAWC	5	5	100%
16.	FJH	6	6	100%
17.	SPL	6	6	100%
18.	H	5	5	100%
Rata-rata Presentase Keberhasilan				98%

Berdasarkan data hasil *follow up* pada tabel 5.6 tersebut, diketahui bahwa sebagian besar subjek penelitian berhasil sepenuhnya melakukan rencana-rencana perilaku yang mereka buat sendiri dalam kurun waktu satu bulan. Ditemukan satu subjek yang hanya dapat melakukan empat dari enam rencana perilaku yang dibuatnya dalam waktu satu bulan. Subjek yang hanya dapat melakukan empat dari enam rencana perilaku yang dibuatnya tersebut hanya mencapai presentase keberhasilan penerapan perilaku komunikasi interpersonal sebesar 66.67%. Berdasarkan data keseluruhan hasil *follow up* subjek penelitian tersebut, maka rata-rata prosentase keberhasilan penerapan perilaku komunikasi interpersonal yang dicapai oleh seluruh subjek penelitian ini adalah 98%. Rata-rata presentase keberhasilan sebesar 98% tersebut sudah dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan subjek penelitian telah berhasil dalam menerapkan perilaku komunikasi interpersonal sesuai dengan aspek-aspeknya yaitu aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan (DeVito, 2016).

5.3. Hasil Evaluasi Akhir Pelatihan Komunikasi Interpersonal

Hasil analisis data berikutnya yaitu mengenai hasil evaluasi akhir pelatihan dari 18 subjek penelitian yang telah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan komunikasi interpersonal. Hasil evaluasi akhir pelatihan ini meliputi 17 item yang dikelompokkan dalam empat kategori yaitu isi pelatihan, fasilitas/sarana prasarana, fasilitator/pelatih, dan pelaksanaan pelatihan, serta terdapat tambahan usul dan saran jika subjek ingin menambahkannya dalam bentuk uraian. Rentang skor penilaian pada tiap item evaluasi akhir pelatihan dimulai dari skor 1 sampai 10 yang berjalan dalam kategori sangat tidak memuaskan sampai sangat memuaskan. Semakin mendekati angka 10 skor penilaian tiap item dalam evaluasi

akhir pelatihan, maka tingkat kepuasan dari pelatihan yang telah diadakan semakin tinggi. Sebaliknya, jika skor penilaian tiap item dalam evaluasi akhir pelatihan semakin mendekati angka 1, maka tingkat kepuasan dari pelatihan yang telah diadakan semakin rendah.

Berdasarkan perhitungan hasil evaluasi akhir pelatihan dari 18 subjek penelitian, maka diperoleh rata-rata skor hasil evaluasi akhir pelatihan yaitu sebesar 8.1. Rincian rata-rata skor hasil evaluasi akhir pelatihan yaitu pada kategori isi pelatihan sebesar 8.6, pada kategori fasilitas/sarana prasarana sebesar 7.9, pada kategori fasilitator/pelatih sebesar 8, dan pada kategori pelaksanaan pelatihan sebesar 8.1. Rata-rata skor hasil evaluasi akhir pelatihan baik secara keseluruhan maupun tiap kategori menunjukkan skor yang lebih mendekati skor 10 sehingga dapat dikatakan tingkat kepuasan subjek terhadap pelatihan komunikasi interpersonal yang telah diikuti ini cukup tinggi. Seluruh Subjek penelitian eksperimen ini relatif puas terhadap pelatihan komunikasi interpersonal yang telah diikutinya.

5.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, maka nyata bahwa hipotesis dalam penelitian eksperimen ini diterima yang berarti bahwa ada perbedaan harga diri subjek sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal. Setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal maka harga diri subjek lebih tinggi daripada sebelum mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal. Hal itu sesuai dengan pengertian yang diungkapkan oleh DeVito (2016) bahwa komunikasi interpersonal merupakan interaksi baik verbal maupun non verbal yang dilakukan antara dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi. Interaksi

antara dua orang atau lebih dan saling mempengaruhi ini dapat disamakan dengan interaksi dengan orang lain atau yang secara umum disebut interaksi sosial, sebab menurut Thibaut dan Kelley (dikutip oleh Yunistiati, Djalali, & Farid, 2014) interaksi sosial merupakan peristiwa yang saling mempengaruhi antara dua orang atau lebih dan menciptakan hasil yang berupa komunikasi. Menurut pengertian tersebut, maka remaja panti asuhan yang memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang baik berarti juga mengembangkan relasi sosial yang baik dengan sesamanya. Relasi sosial yang secara umum disebut interaksi sosial ini merupakan salah satu faktor dari harga diri seseorang (Frey & Carlock dalam Anindyajati & Karima, 2004). Remaja yang harga dirinya lebih tinggi sesudah diberi pelatihan komunikasi interpersonal, berarti telah mampu mengembangkan interaksi sosial yang baik dengan sesamanya melalui kemampuan berkomunikasi interpersonal yang baik sesuai dengan aspek-aspeknya yang menurut DeVito (2016) yaitu aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Bagaswuri dan Indrawati (2018) yang menemukan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal memiliki hubungan positif yang signifikan dengan harga diri. Penelitian yang dilakukan oleh Purnomo dan Harmiyanto (2016) juga menemukan bahwa keterampilan komunikasi interpersonal berhubungan signifikan dengan kepercayaan diri pada siswa kelas X. Menurut Pahlawani dan Yuwono (2010), percaya diri ini merupakan salah satu ciri yang dimiliki oleh orang dengan harga diri yang tinggi.

Remaja yang telah mampu menerapkan aspek keterbukaan dalam berkomunikasi secara interpersonal juga mampu memahami siapa dirinya yang

sebenarnya dan informasi-informasi yang terkait dengan dirinya (DeVito, 2016). Pemahaman akan diri sendiri inilah yang membentuk jati diri dalam diri remaja di panti asuhan (Gamble & Gamble, 2014). Selain itu, melalui komunikasi interpersonal, remaja juga dapat bertukar informasi termasuk nilai-nilai dan budaya dengan sesamanya, sehingga remaja dapat mengevaluasi apa yang nyata dan apa yang salah dalam dirinya sendiri (Stets & Burke, 2014). Pembentukan jati diri serta evaluasi tentang apa yang nyata dan apa yang salah dalam diri remaja itulah yang membangun perasaan diri yang otentik (*sense of authenticity*) dalam diri remaja sehingga harga diri remaja tersebut menjadi lebih tinggi. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adiguna (2016) yaitu bahwa keterbukaan diri dan harga diri memiliki hubungan positif yang sangat signifikan.

Remaja yang telah mampu menerapkan aspek empati dalam berkomunikasi secara interpersonal berarti dapat memahami apa yang orang lain pikirkan dan rasakan (DeVito, 2016). Pada saat remaja berempati terhadap sesamanya, maka remaja tersebut sudah terlebih dahulu terbuka terhadap perasaan-perasaan atau emosi-emosi dalam dirinya serta menerima emosi-emosi atau perasaan-perasaan tersebut (Goleman dalam Irawati, 2015). Remaja yang menerima emosi-emosi atau perasaan-perasaan dalam dirinya berarti memiliki penerimaan akan diri sendiri. Penerimaan akan diri sendiri itulah yang membuat harga diri remaja menjadi lebih tinggi (Stets & Burke, 2014) setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal.

Remaja panti asuhan yang telah mampu menerapkan sikap mendukung dalam berkomunikasi secara interpersonal dapat membangun interaksi sosial yang baik dengan sesamanya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Masturi (2010) membuktikan bahwa adanya sikap mendukung dalam komunikasi empatik dapat

meningkatkan relasi sosial individu dengan sesamanya. Menurut Frey dan Carlock (dikutip oleh Anindyajati & Karima, 2004) relasi sosial atau yang secara umum dapat disebut sebagai interaksi sosial merupakan salah satu faktor dari harga diri. Keberhasilan dalam membangun interaksi sosial oleh karena adanya sikap mendukung dalam berkomunikasi inilah yang membuat harga diri remaja panti asuhan tersebut menjadi lebih tinggi setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Savitri dan Hartati (2018) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan antara dukungan sosial dengan harga diri, dimana dukungan sosial ini juga merupakan dukungan dalam komunikasi (King dalam Savitri & Hartati, 2018).

Remaja panti asuhan yang telah berhasil menerapkan sikap positif dalam berkomunikasi interpersonal berarti mampu dalam menyatakan penilaian positif seperti memberi pujian kepada sesamanya (DeVito, 2016). Remaja yang memberi penilaian positif kepada orang lain ini sudah terlebih dahulu menerima dirinya sendiri dan memiliki penilaian yang positif terhadap dirinya sendiri (Sari dkk., 2006). Penerimaan diri sendiri (Coopersmith dalam Henggaryadi, 2012) dan penilaian positif terhadap diri sendiri (Baron & Bryne, 2004) inilah yang membuat harga diri remaja tersebut menjadi lebih tinggi setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal.

Remaja yang telah mampu menerapkan aspek kesetaraan dalam komunikasi interpersonal artinya remaja tersebut mampu berkomunikasi dengan orang yang berbeda dari dirinya baik peran, posisi struktural, potensi, maupun jabatannya (DeVito, 2016). Remaja yang dapat berkomunikasi dengan orang lain walaupun berbeda dari dirinya berarti memiliki kemampuan untuk memengaruhi lingkungannya. Selain itu, remaja tersebut juga berarti dapat mengendalikan

kekuatan yang memengaruhi hidupnya seperti misalnya orang yang lebih tua darinya, atasannya, ataupun orang yang lebih berkompeten dan berkuasa dari dirinya. Kemampuan untuk memengaruhi lingkungannya (Gecas, 1989) dan mengendalikan kekuatan yang memengaruhi hidup seseorang (Pearlin dkk., 1981) merupakan makna dari efikasi diri yang dimiliki oleh remaja tersebut. Efikasi diri yang dimiliki remaja itu membuat remaja mengembangkan perasaan akan efikasi diri dalam dirinya. Perasaan akan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) itulah yang membuat harga diri remaja lebih tinggi (Stets & Burke, 2014) sesudah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal.

Peningkatan perasaan akan efikasi diri (*sense of self-efficacy*) ini juga terbukti paling tinggi dan signifikan jika dibandingkan dengan aspek perasaan keberhargaan diri (*sense of self-worth*) dan aspek perasaan diri yang otentik (*sense of authenticity*) dari harga diri subjek setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal. Hal itu berarti pelatihan komunikasi interpersonal ini terbukti dalam membuat remaja yakin bahwa mereka mampu mempengaruhi lingkungannya. Selain itu, pelatihan komunikasi interpersonal juga dapat membuat remaja yakin bahwa dirinya dapat menghasilkan sesuatu sesuai dengan yang diinginkan oleh orang lain, contohnya dalam hal ini yaitu remaja mampu menerapkan cara-cara berkomunikasi interpersonal yang baik sesuai dengan aspek-aspeknya. Selanjutnya, pelatihan komunikasi interpersonal ini juga terbukti membuat remaja penuh dengan optimisme terhadap diri sendiri serta memiliki harapan untuk dapat memecahkan masalah tanpa rasa putus asa (Stets & Burke, 2014).

Aspek perasaan keberhargaan diri (*sense of self-worth*) pada harga diri remaja panti asuhan setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal tidak

mengalami peningkatan yang signifikan. Hal itu terkait dengan penjelasan yang diberikan oleh Stets dan Burke (2014) bahwa seseorang dapat mencapai hal-hal yang dapat menumbuhkan keyakinan bahwa seseorang itu berharga (*worth*), tetapi perasaan keberhargaan diri (*sense of self-worth*) dapat muncul terlepas dari prestasi seseorang. Keberhargaan diri dapat berasal dari penilaian diri sendiri individu (Stets & Burke, 2014). Menurut pengertian tersebut, dapat dijelaskan bahwa sebagian dari perasaan keberhargaan diri (*sense of self-worth*) remaja ini dapat bergantung pada penilaian individu tentang "siapa dirinya". Penilaian tentang siapa diri remaja tersebut tidak semata-mata didasarkan pada prestasi yang mampu dicapai remaja yaitu dapat berkomunikasi interpersonal dengan baik. Penilaian ini dapat berasal dari dalam diri remaja sendiri terlepas dari prestasi yang diraih remaja tersebut.

Aspek perasaan diri yang otentik (*sense of authenticity*) dari harga diri remaja panti asuhan setelah mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal juga tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut Stets dan Burke (2014) keotentikan melibatkan standar internal dalam diri individu yang meliputi kepercayaan, nilai-nilai, dan moral yang memberikan makna bagi individu tentang siapa dirinya yang sebenarnya. Hal itu berarti bahwa kepercayaan, nilai-nilai, dan moral yang telah dimiliki oleh remaja sebelumnya juga turut berperan dalam menjelaskan siapa diri remaja yang sebenarnya tersebut. Aspek perasaan diri yang otentik (*sense of authenticity*) dari harga diri remaja panti asuhan tidak semata-mata berubah secara drastis setelah remaja mengikuti pelatihan, sebab pemahaman akan diri yang sebenarnya atau keotentikan remaja dapat sudah terlebih dahulu terbentuk dari pemaknaan remaja terhadap kepercayaan, nilai-nilai, dan moral yang telah dimilikinya sendiri.

5.5. Keterbatasan Penelitian

Penelitian eksperimen ini tak menutup keterbatasan yang ada. Pada penelitian eksperimen ini, peneliti kurang dapat mengontrol pelaksanaan *action plan* oleh subjek penelitian dalam waktu sebulan itu dan hanya melakukan *follow up* pada waktu berakhirnya masa pelaksanaan *action plan*. Hal itu dikarenakan jadwal subjek yang telah padat menjelang perayaan natal dan juga ujian sekolah. Waktu yang singkat tersebut juga mengakibatkan keterbatasan lain yaitu pelatihan komunikasi interpersonal ini tidak dapat dilakukan dalam lebih banyak sesi. Keterbatasan selanjutnya yaitu ada pada pelaksanaan pelatihan komunikasi interpersonal. Pelatihan baru dimulai ketika semua peserta sudah berkumpul di aula, sehingga waktu mulai pelatihan sedikit mundur sekitar 30 menit.