

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Uji Asumsi

Peneliti melakukan uji asumsi terlebih dahulu sebelum melakukan uji hipotesis dengan menggunakan product moment Pearson.

##### 5.1.1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data penelitian ini, peneliti menggunakan *One Sample Kolmogorov Smimov Z* (KS-Z). Data dikatakan normal apabila nilai data tersebut memiliki taraf signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan media sosial memperoleh nilai KS-Z sebesar 0,770 dengan nilai  $p = 0,593$  ( $p > 0,05$ ), maka dapat dikatakan sebaran item intensitas penggunaan media sosial normal.
2. Kepercayaan diri memperoleh nilai KS-Z sebesar 0,723 dengan nilai  $p = 0,672$  ( $p > 0,05$ ), maka dapat dikatakan sebaran item kepercayaan diri normal.

##### 5.1.2. Uji Linieritas

Hasil uji linieritas antara variabel intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri memperoleh nilai  $F_{Linier} = 80,053$  dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ), maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan linier yang signifikan.

#### 5.2. Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment* dari Pearson, yang memperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar -0,720 dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

### 5.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan teknik korelasi *product moment* dari Pearson memperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar -0,720 dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya, terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa dan sebaliknya, semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Steinfield, Ellison, & Lampe (2008) yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial. Hasil penelitian Annisa (2020) juga menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa kedokteran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan efektif sebesar 51,9% yang artinya kepercayaan diri memiliki pengaruh besar terhadap tingginya

intensitas penggunaan media sosial dan sisanya sebesar 48,1% berasal dari faktor lain seperti kebutuhan, motif sosial dan emosional.

Hasil analisis tambahan menunjukkan bahwa responden dengan intensitas penggunaan media sosial dalam kategori rendah sebanyak 16% (8 orang), sebanyak 62% (31 orang) dengan intensitas sedang dan sebanyak 22% (11 orang) dengan intensitas tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dalam kategori sedang yang dilihat berdasarkan aspek intensitas penggunaan media sosial yaitu perhatian atau daya tarik yang tinggi, penghayatan, durasi dan frekuensi penggunaannya. Responden dengan kategori rendah akan berdampak pada kurangnya informasi dan wawasan karena sekarang ini banyak informasi yang didapat dari media sosial. Sedangkan pada responden dengan kategori tinggi memberikan dampak negatif bagi penggunaannya yaitu seperti kecanduan media sosial, hilangnya identitas diri mereka, pola tidur yang kurang baik dan merubah cara berpikir mereka.

Data kepercayaan diri menunjukkan sebanyak 18% (9 orang) dengan kepercayaan diri rendah, sebanyak 68% (34 orang) dengan kepercayaan diri sedang dan sebanyak 14% (7 orang) dengan kepercayaan diri tinggi. Hal itu menunjukkan bahwa kepercayaan diri pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dalam kategori sedang yang dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri kepercayaan diri yaitu percaya akan kemampuan, mandiri dalam mengambil keputusan, berpikir positif, dan berani untuk menyampaikan pendapat di depan umum. Responden dengan kepercayaan diri yang rendah akan selalu berpikiran negatif mengenai dirinya maupun orang lain, selalu melibatkan orang lain dalam setiap tindakannya, pendiam dan lebih menarik diri dari lingkungannya.

Sedangkan responden dengan kepercayaan diri tinggi, cenderung akan menganggap remeh orang lain, dan merasa dirinya selalu paling baik.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial. Semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial dan begitupun sebaliknya.

Penelitian ini terdapat beberapa kelemahan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian, yaitu kondisi pandemi *COVID-19* yang mengakibatkan peneliti melakukan penelitian secara *online* sehingga peneliti tidak dapat memastikan kondisi responden saat mengisi, apakah mengisi dengan serius atau tidak, dan penyebaran skala penelitian yang dilakukan secara *online* melalui *whatsapp* dan *line* membuat pengambilan data berlangsung lama.

