

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DAN
KECEMASAN SAAT BERMEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z
PENGGUNA *INSTAGRAM***

SKRIPSI

Halimah Anggini Galih Pratiwi

19.E1,0211



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DAN KECEMASAN SAAT BERMEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z PENGGUNA *INSTAGRAM*

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat – syarat Guna Memperoleh
Gelar Sajana Psikologi

Oleh :

Halimah Anggini Galih Pratiwi

19.E1,0211



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan kecemasan sosial pada Generasi Z yang menggunakan media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Jumlah subjek penelitian sebanyak 108 responden Generasi Z berusia 13–28 tahun yang aktif menggunakan Instagram. Alat ukur yang digunakan adalah Social Anxiety Scale for Social Media User (SAS-SMU) oleh Alkis, Kadirhan, & Sat (2017) serta skala kepercayaan diri yang disusun berdasarkan aspek Lauster (2003). Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan kedua instrumen layak digunakan (α SAS-SMU = 0,951; α kepercayaan diri = 0,788). Analisis data menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan bantuan SPSS 25.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dan kecemasan sosial ($r = -0,228$; $p = 0,018$). Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan diri, semakin rendah tingkat kecemasan sosial yang dialami, begitu pula sebaliknya. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan kepercayaan diri untuk menurunkan risiko kecemasan sosial dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram, pada Generasi Z.

Kata kunci: kepercayaan diri, kecemasan sosial, Generasi Z, Instagram

Abstract

This study aims to examine the relationship between self-confidence and social anxiety among Generation Z who use Instagram. The research employed a quantitative correlational method with an accidental sampling technique. A total of 108 participants, aged 13–28 years and active Instagram users, were involved in this study. The instruments used were the Social Anxiety Scale for Social Media User (SAS-SMU) developed by Alkis, Kadirhan, & Sat (2017), and a self-confidence scale based on Lauster's (2003) aspects. Validity and reliability tests indicated that both instruments were reliable (α SAS-SMU = 0.951; α self-confidence = 0.788). Data analysis was conducted using Pearson's Product Moment correlation with the help of SPSS 25.0 for Windows. The results revealed a significant negative relationship between self-confidence and social anxiety ($r = -0.228$; $p = 0.018$). This means that the higher the level of self-confidence, the lower the level of social anxiety experienced, and vice versa. Therefore, the research hypothesis is accepted. These findings highlight the importance of strengthening self-confidence to reduce the risk of social anxiety in the use of social media, particularly Instagram, among Generation Z.

Keywords: self-confidence, social anxiety, Generation Z, Instagram