

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL DENGAN HARGA DIRI MAHASISWA
GENERASI Z DI UNIVERSITAS KATOLIK
SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

SKRIPSI

Michael Alessandro

21.E1.0032



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL DENGAN HARGA DIRI MAHASISWA
GENERASI Z DI UNIVERSITAS KATOLIK
SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi Universitas
Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk memenuhi Sebagian dari
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

Michael Alessandro

21.E1.0032



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

ABSTRAK

Media sosial menjadi suatu faktor yang memengaruhi harga diri mahasiswa di lingkungan akademik, terutama pada pengguna aktif media sosial, yang memiliki kecenderungan perasaan rendah diri dan tidak percaya terhadap kemampuan dirinya. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan harga diri mahasiswa generasi Z di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan populasi mahasiswa aktif Universitas Katolik Soegijapranata yang lahir antara tahun 1997-2012, dan menggunakan media sosial minimal 1 (satu) jam perhari. Teknik *incidental sampling* mengumpulkan 108 partisipan. Penelitian menggunakan analisis korelasi *Spearman's Rho*. Penelitian ini menggunakan Skala *Self-liking/Self-Competence-Revised* (SLSC-R) dan Skala intensitas penggunaan media sosial. Hasil menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan harga diri ($r_s = 0,081$; $p = 0,405$)

Kata Kunci: Harga Diri, Mahasiswa, Generasi Z, Intensitas Penggunaan Media Sosial, Mahasiswa Aktif.



ABSTRACT

Social media become one of the factors which influence self-esteem among college students in the academic environment, particularly among active social media user who may experience feeling of inferiority and doubt their own ability, Therefore, this study aims to examine the relationship between social media usage intensity and self-esteem among generation Z college students in Soegijapranata Catholic University Semarang. This research used a quantitative correlational design. The sample consisted of active students in Soegijapranata Catholic University born around 1997 – 2012 and used social media minimum 1 (one) hour per day. Data were collected using an incidental sampling technique with 108 participants. The data analysis used Spearman's Rho. The instruments used were Self-Liking/Self-Competence Revised Scale (SLSC-R) and Social Media Intensity Usage Scale. The result showed there is no significant correlation between social media usage intensity and self-esteem ($r_s = 0,081$; $p = 0,405$).

Keywords: Self-esteem, college students, generation Z, social media usage intensity, active college students.

