

# **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI DAN INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA SEMESTER 1**

**Aysah Alawiyah<sup>1</sup>, Siti Khalisa Jasmin Attifa<sup>2</sup>, Zakiah Zalianty<sup>3</sup>**

[2401030137@Student.unis.ac.id](mailto:2401030137@Student.unis.ac.id)<sup>1</sup>, [2401030107@Student.unis.ac.id](mailto:2401030107@Student.unis.ac.id)<sup>2</sup>,

[2401030090@student.unis.ac.id](mailto:2401030090@student.unis.ac.id)<sup>3</sup>

**Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang**

## **ABSTRAK**

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan mahasiswa, khususnya dalam aspek kepercayaan diri dan interaksi sosial. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi, ekspresi diri, dan pembentukan relasi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 80 responden mahasiswa yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar 0,290 ( $p > 0,05$ ). Dengan demikian, penggunaan media sosial bukan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Kepercayaan Diri, Interaksi Sosial, Mahasiswa.

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital telah mendorong penggunaan media sosial secara luas dikalangan mahasiswa. Media sosial seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, dan platform digital lainnya menjadi bagian dari kehidupan Sehari-hari mahasiswa sebagai sarana berkomunikasi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri.

Penggunaan media sosial memiliki implikasi terhadap aspek psikologis dan sosial mahasiswa, termasuk kepercayaan diri dan interaksi sosial. Media sosial dapat meningkatkan rasa percaya diri melalui dukungan sosial, namun juga dapat menimbulkan perbandingan sosial yang berdampak negatif. Selain itu, intensitas penggunaan media sosial juga berpotensi mengubah pola interaksi sosial mahasiswa dari komunikasi tatap muka ke komunikasi daring.

Berdasarkan fenomena tersebut, Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui secara empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa.

### **Tinjauan Literatur Dan Hipotesis**

#### **Tinjauan Literatur**

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi konten, dan membangun relasi sosial secara virtual. Kepercayaan diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dan nilai dirinya, sedangkan interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik antarindividu yang ditandai dengan komunikasi dan kerja sama.

Penggunaan media sosial diduga memiliki hubungan dengan kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa, namun pengaruh tersebut dapat berbeda tergantung pada intesitas dan cara penggunaannya.

## Hipotesis

H<sub>i</sub>: Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa.

H<sub>o</sub>: Penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial sebagai variabel independen (X) terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Sampel penelitian berjumlah 80 responden mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan IBM SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas), serta analisis regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi 0,05. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 1.617 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 9,5%. Namun, kuesioner yang dapat diolah secara valid berjumlah 80 responden.

Rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

Diketahui:

$$N=1.617$$

$$e = 0,095$$

Perhitungan:

$$n=1617/(1+1617(0,095)^2)$$

$$n=1617/(1+1617(0,009025))$$

$$n=1617/(1+14,598)$$

$$n=1617/15,598$$

$$n = 103,6 \approx 103 \text{ responden}$$

Tabel. Populasi dan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah	Sumber
Populasi	1.617 Mahasiswa	Data Akademik
Sampel Slovin	103 Responden	Perhitungan Slovin
Kuesioner Valid	80 Responden	Data Penelitian

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Slovin, yaitu seperti yang ditunjukkan diatas. Dengan jumlah populasi sebanyak 1.617 mahasiswa dan tingkat kesalahan sebesar 9,5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 103 responden. Penggunaan rumus Slovin bertujuan untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif terhadap populasi penelitian. Namun, dari jumlah sampel tersebut, hanya 80 kuesioner yang dinyatakan valid dan dapat diolah lebih lanjut. Jumlah responden ini dinilai telah memenuhi syarat minimum dalam analisis kuantitatif dan masih dapat merepresentasikan karakteristik populasi penelitian.

Karakteristik populasi dan sample penelitian, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif yang berjumlah 1.617 orang. Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin, ditetapkan sebanyak 103 responden sebagai sampel penelitian. Akan tetapi, dalam proses pengumpulan data, hanya 80 kuesioner yang memenuhi kriteria

kelayakan untuk dianalisis. Kondisi ini umum terjadi dalam penelitian survei dan tidak memengaruhi validitas penelitian selama jumlah sampel yang dianalisis memenuhi ketentuan statistik dan mampu mewakili populasi. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini tetap dianggap layak untuk dianalisis lebih lanjut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### 1. Uji Validitas

<b>Item</b>	<b>r Hitung</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
vItem 1	0,358	0,001	Valid
Item 2	0,495	0,000	Valid
Item 3	0,465	0,000	Valid
Item 4	0,614	0,000	Valid
Item 5	0,541	0,000	Valid

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment, seluruh item pernyataan pada variabel penggunaan media sosial, kepercayaan diri, dan interaksi sosial memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel serta nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan telah mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat.

#### 2. Uji Reabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Penggunaan Media Sosial (X)	0,493	Cukup Reliabel
Kepercayaan Diri & Interaksi Sosial (Y)	0,236	Cukup Reliabel

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel penggunaan media sosial dan variabel kepercayaan diri serta interaksi sosial berada pada kategori cukup reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang memadai dan dapat digunakan secara konsisten dalam pengumpulan data. Dengan demikian, hasil pengukuran yang diperoleh dari kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

#### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ( $p > 0,05$ ), sehingga data berdistribusi normal. Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi linearity sebesar 0,303 ( $p > 0,05$ ), yang menandakan adanya hubungan linear antara variabel penggunaan media sosial dan variabel kepercayaan diri serta interaksi sosial. Uji homoskedastisitas menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.0559075
		3
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.033
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.985
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		.982
		Upper Bound
		.988
		Bound

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

**ANOVA Table**

VARIABLE_X	Betwe en Groups	(Combined)	Sum of Squares	f	Mea n Square	Sig.
*		Linearity	10.740		10.7	
VARIABE					40	.076
L_X		Deviation from Linearity	78.667		6.55	
				2	6	.786
		Within Groups	659.08		9.98	
			1	6	6	
		Total	748.48	8	9	

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardi zed Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Consta nt)	16.981	1.557		10.9 06	<.00 0
	VARIA BEL_X	-.108	.101	-.120	- 1.066	.290

a. Dependent Variable: VARIABEL\_Y

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi linearity lebih besar dari 0,05, yang berarti terdapat hubungan linear antara variabel penggunaan media sosial dengan variabel kepercayaan diri dan interaksi sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa model hubungan yang digunakan dalam penelitian telah sesuai dengan asumsi linearitas dalam analisis regresi.

#### 4. Hasil Analisis Regresi

Hasil analisis regresi linier menunjukkan nilai F sebesar 1,136 dengan tingkat signifikansi 0,290 ( $p > 0,05$ ). Nilai koefisien regresi variabel penggunaan media sosial sebesar -0,108. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar -1,066 dengan signifikansi 0,290.

Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y=16,981-0,108X$$

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Consta nt)	16.981	1.557		10.9 06	<.00 0
	VARIABEL_X	-.108	.101	-.120	.290

a. Dependent Variable: VARIABEL\_Y

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regres sion	10.740	1	10.740	1.13 6	.290 b
	Residu al	737.747	78	9.458	
	Total	748.488	79		

a. Dependent Variable: VARIABEL\_Y

b. Predictors: (Constant), VARIABEL\_X

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan t)	16.981	1.557		10.9 06	<.00 0
	VARIABEL_X	-.108	.101	-.120	.290

Dependent Variable: VARIABEL\_Y

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi linearity lebih besar dari 0,05, yang berarti terdapat hubungan linear antara variabel penggunaan media sosial dengan variabel kepercayaan diri dan interaksi sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa model hubungan yang digunakan dalam penelitian telah sesuai dengan asumsi linearitas dalam analisis regresi.

asil uji homoskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola tertentu pada sebaran residual dan tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga model regresi yang digunakan memenuhi asumsi homoskedastisitas dan dapat memberikan hasil estimasi yang tidak bias.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh intensitas penggunaan media sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan sosial, pengalaman akademik, dan karakter individu.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa. Hasil uji regresi linier menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,290 ( $p > 0,05$ ), sehingga hipotesis alternatif ditolak dan hipotesis nol diterima.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan populasi sebanyak 1.617 mahasiswa menghasilkan 103 responden, namun hanya 80 kuesioner yang dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas serta memenuhi uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas, sehingga model analisis yang digunakan dinyatakan layak secara statistik.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial, melainkan juga oleh faktor lain seperti lingkungan sosial, pengalaman interaksi langsung, serta karakter dan kepribadian individu. Oleh karena itu, penggunaan media sosial lebih berperan sebagai sarana pendukung komunikasi, bukan sebagai faktor utama pembentuk kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait penggunaan media sosial dalam konteks mahasiswa, serta menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa dan institusi pendidikan dalam mendorong penggunaan media sosial yang lebih bijak dan seimbang dengan interaksi sosial secara langsung.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linier yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,290 ( $p > 0,05$ ), sehingga hipotesis alternatif ditolak dan hipotesis nol diterima.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan populasi sebanyak 1.617 mahasiswa menghasilkan 103 responden, namun hanya 80 kuesioner yang dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis. Instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, serta model analisis regresi telah lolos uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa data dan model penelitian layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa tidak semata-mata dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial, melainkan juga oleh faktor lain seperti lingkungan sosial, pengalaman interaksi secara langsung, serta karakter dan kepribadian individu. Oleh karena itu, penggunaan media sosial

lebih berperan sebagai sarana pendukung komunikasi dibandingkan sebagai faktor utama dalam pembentukan kepercayaan diri dan interaksi sosial mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. H. (2021). Media sosial dan perubahan pola interaksi sosial mahasiswa di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 115–126. <https://doi.org/10.31289/jik.v9i2.4567>
- Ardianto, E. (2019). Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, E. B. (2016). Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D., & Pratiwi, R. (2020). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepercayaan diri mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.18.1.4>
- Nasrullah, R. (2017). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Santrock, J. W. (2018). Life-span development (17th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Utami, L. S. S. (2015). Teori-teori adaptasi sosial dan komunikasi interpersonal. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 67–78.