Vol. 2 No. 3 Edisi September 2026 E.ISSN. 3109-855X

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN KEPERCAYAAN DIRI PADA SISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI SMP NEGERI 26 KABUPATEN BATANGHARI

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND SELF-CONFIDENCE IN STUDENTS USING SOCIAL MEDIA AT STATE MIDDLE SCHOOL 26 BATANGHARI DISTRICT

Cindy Trifosa[1*], Rion Nofrianda[2], Jelpa Periantalo[3]

[1*]Universitas Jambi, Indonesia, Email : cindytrifosa133@gmail.com
[2]Universitas Jambi, Indonesia, Email : rionnofrianda@unja.ac.id
[3]Universitas Jambi, Indonesia, Email : jelp.8487@unja.ac.id

*email koresponden: cindytrifosa133@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i3.2983

Abstrack

The use of social media among Indonesian adolescents continues to rise, including among students at SMP Negeri 26 Batanghari Regency who actively use TikTok, WhatsApp, and Instagram in their daily lives. Social interaction on these platforms often triggers social comparison based on the number of followers and likes, which can lower self-esteem and, in turn, affect students' self-confidence both online and in everyday interactions. This study aimed to examine the relationship between self-esteem and self-confidence among social media user students at SMP Negeri 26 Batanghari Regency. A quantitative correlational design was employed using a total sampling technique involving 96 students from grades VII to IX. Data were collected through a self-esteem scale (32 items) and a self-confidence scale (42 items), both valid and highly reliable ($\alpha = 0.965$ and $\alpha = 0.963$), and analyzed using Pearson Product Moment correlation. The findings showed that most students fell into the moderate category for both self-esteem (36.5%) and self-confidence (39.6%). The correlation analysis yielded $r = 0.855$ with $p < 0.001$, indicating a highly significant positive relationship between the two variables, with a coefficient of determination (r^2) of 0.732. The alternative hypothesis was accepted, meaning the higher students' self-esteem, the higher their self-confidence in using social media. Schools and parents are encouraged to take an active role in strengthening adolescents' self-esteem to foster healthy self-confidence.

Keywords: *Self-Esteem, Self-Confidence, Social Media, Adolescents.*

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Abstrak

Penggunaan media sosial di kalangan remaja Indonesia terus meningkat, termasuk pada siswa SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari yang aktif menggunakan TikTok, WhatsApp, dan Instagram dalam kesehariannya. Interaksi di media sosial kerap memunculkan perbandingan sosial berdasarkan jumlah pengikut dan likes, yang berpotensi menurunkan harga diri dan turut memengaruhi kepercayaan diri siswa, baik di dunia maya maupun dalam interaksi sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada siswa pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik total sampling terhadap 96 siswa kelas VII hingga IX. Data dikumpulkan menggunakan skala harga diri (32 aitem) dan skala kepercayaan diri (42 aitem) yang telah teruji valid dan sangat reliabel (α = 0,965 dan α = 0,963), kemudian dianalisis dengan teknik korelasi Pearson Product Moment. Hasil analisis menunjukkan mayoritas siswa berada pada kategori harga diri sedang (36,5%) dan kepercayaan diri sedang (39,6%). Uji korelasi memperoleh nilai $r = 0{,}855$ dengan $p < 0{,}001$, yang berarti terdapat hubungan positif sangat signifikan antara kedua variabel, dengan koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,732. Hipotesis alternatif diterima, yang berarti semakin tinggi harga diri siswa maka semakin tinggi pula kepercayaan dirinya dalam bermedia sosial. Sekolah dan orang tua disarankan berperan aktif menguatkan harga diri remaja sebagai upaya membangun kepercayaan diri yang sehat.
Kata Kunci: Harga Diri, Kepercayaan Diri, Media Sosial, Remaja.

1. PENDAHULUAN

Komunikasi saat ini mudah untuk dilakukan, memberikan kabar seseorang dari jarak jauh saat ini tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi yang terus berkembang setiap tahunnya, termasuk dengan adanya beragam pilihan media sosial yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya. Media online yang memfasilitasi individu untuk membangun relasi sosial secara luas melalui jaringan internet ini dikenal sebagai media sosial (Prajaniti et al., 2022). Media sosial merupakan alat untuk berkomunikasi, berkreasi, berinovasi maupun dapat digunakan dalam belajar dan bekerja secara online. Sementara itu, menurut hasil riset yang dilakukan oleh *we are social* penggunaan aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang di januari 2022. Data terbaru yang dirilis oleh *We Are Social* pada awal tahun 2025 menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia meningkat menjadi sekitar 143 juta identitas pengguna, atau setara dengan 50,2% dari total populasi penduduk Indonesia (Databoks, 2025). Peningkatan ini sejalan dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mencatat penetrasi pengguna internet nasional meningkat dari 78,19% pada periode 2022-2023 menjadi 79,5% pada tahun 2024 (APJII, 2024). Khusus untuk wilayah Provinsi Jambi, hasil survei APJII periode 2022-2023 mencatat tingkat penetrasi pengguna internet mencapai 80,48%, angka yang berada di atas rata-rata nasional dan menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah Jambi, termasuk Kabupaten Batanghari sebagai salah satu kabupaten di dalamnya, turut tidak lepas dari arus digitalisasi dan penggunaan media sosial secara masif (APJII, 2023).

Masa remaja sendiri merupakan fase transisi yang ditandai dengan pencarian jati diri. Masa remaja merupakan masa yang dialami oleh pertumbuhan pada setiap individu. Menurut Santrock (2012), masa remaja merupakan suatu proses pertumbuhan manusia yang melibatkan perubahan-perubahan yang terjadi dalam diri individu. Remaja dalam perkembangannya berhubungan dengan kepercayaan diri dari perilaku negatif dan kenakalan yang dilakukan (Yulianti & Bulkani, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa remaja yang memiliki nilai lebih percaya diri, sadar akan konsep dirinya, dan menerima siapa dirinya. Rasa percaya diri merupakan komponen penting dari kepribadian remaja karena memungkinkan remaja untuk menghargai siapa dirinya dan mampu berfungsi dalam masyarakat. Remaja merupakan kelompok sosial sadar lingkungan yang percaya bahwa fashion, tren, dan gaya hidup mempunyai dampak signifikan terhadap lingkungan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan harga diri dengan kepercayaan diri siswa terhadap penggunaan media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari. Penelitian ini menggunakan desain penelitian korelasional dan metodologi deskriptif kuantitatif, yaitu

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

untuk melihat peran kepercayaan diri dalam mengatasi harga diri siswa pengguna media sosial. Variabel pada peneitian ini yaitu harga diri dengan kepercayaan diri. Dalam penelitian ini responden yang terlibat 96 siswa SMP Negeri 26 Batanghari. Pada teknik pengambilan data menggunakan angket dengan variabel kepercayaan diri dan harga diri sebagai alat ukur.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif yang memanfaatkan analisis data statistik untuk menguji teori. Dibandingkan dengan metode lain, penelitian kuantitatif mempekerjakan lebih banyak individu. Penyimpangan signifikan dari suatu kelompok atau korelasi antar variabel penelitian dapat ditemukan dengan menggunakan metodologi kuantitatif. Pengukuran digunakan sebagai instrumen dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, data primer yang dihasilkan adalah kumpulan data numerik atau berbasis skor (Periantalo, 2016).

Dalam penelitian ini, metodologi korelasional digunakan untuk pendekatan penelitian kuantitatif. Keterkaitan antara masing-masing variabel, dimensi, atau aspek dari variabel penelitian diteliti dalam penelitian kuantitatif (Periantalo, 2016). Menurut Periantalo (2016) jika hipotesis alternatif diterima, maka hipotesis nol terbukti salah. Sebaliknya, jika hipotesis nol terbukti benar, maka hipotesis alternatif terbukti salah. Dari hasil penyelidikan ini, hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis null (Ho) : Tidak terdapat hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada siswa pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari
2. Hipotesis alternatif (Ha) : Terdapat hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada siswa pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari

Desain penelitian ini menggunakan penelitian korelasional untuk melihat hubungan antarvariabel. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu Harga diri dan kepercayaan diri. Hasil koefisien korelasi akan menunjukkan nilai hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari. total populasi adalah 96 siswa sehingga sampel penelitian ini yaitu siswa SMP Negeri 26 Batanghari yang berjumlah 96 siswa. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Total Sampling*. Teknik ini semua subjek penelitian menjadi subjek yang diikutsertakan dalam penelitian. Teknik ini biasa digunakan untuk penelitian yang populasi adalah spesifik. Subjek yang memiliki ciri-ciri inklusi diberikan instrument untuk pengambilan data (Periantalo, 2016).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada siswa pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari. Penelitian ini dibangun di atas alur hubungan yang jelas: harga diri dan kepercayaan diri, dengan media sosial sebagai konteks situasional yang melingkupi kedua variabel tersebut. Sejalan dengan teori Coopersmith (2007) yang menempatkan harga diri sebagai salah satu faktor internal pembentuk kepercayaan diri, sebagaimana juga dirumuskan Anthony (2013) dalam klasifikasi faktor pembentuk kepercayaan diri.

Penelitian ini dilaksanakan di SMP Negeri 26 Batanghari bertempat di Desa Bukit Harapan, Kecamatan Mersam, Kabupaten Batanghari, Provinsi Jambi. Sekolah ini merupakan salah satu lembaga pendidikan tingkat menengah pertama yang berada di wilayah pedesaan dengan ciri geografis yang cukup terpencil dari pusat kota, namun demikian para siswanya telah terpapar penggunaan media sosial secara aktif melalui perangkat telepon genggam yang dimiliki. Pengambilan data penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2026 dengan responden seluruh siswa yang terdaftar pada tahun ajaran 2025/2026.

Populasi penelitian ini terdiri dari 96 siswa yang tersebar di tiga tingkatan kelas, yaitu kelas VII berjumlah 34 siswa, kelas VIII berjumlah 34 siswa, dan kelas IX berjumlah 28 siswa. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil dan spesifik, penelitian ini menggunakan teknik total sampling sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Adapun kriteria inklusi yang ditetapkan

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

meliputi: siswa aktif SMP Negeri 26 Batanghari, berusia 12-15 tahun, dan merupakan pengguna aktif media sosial (Instagram, WhatsApp, dan/atau TikTok).

Hasil analisis deskriptif pada 76 siswa yang menjadi sampel penelitian menunjukkan bahwa harga diri siswa SMP Negeri 26 Batanghari tersebar cukup merata, dengan proporsi tertinggi berada pada kategori sedang (32,9%), diikuti secara berdekatan oleh kategori rendah (28,9%) dan tinggi (27,6%). Sebaran ini menggambarkan kondisi nyata remaja usia sekolah menengah pertama yang tengah berada pada fase perkembangan identitas diri yang belum sepenuhnya terbentuk. Menurut Santrock (2003), masa remaja merupakan tahap ketika individu mulai melakukan penilaian menyeluruh terhadap dirinya sendiri, termasuk dimensi harga diri yang dipengaruhi oleh interaksi sosial dan penilaian lingkungan sekitarnya.

Harga diri yang tersebar merata pada kategori rendah hingga tinggi dapat dimaknai sebagai kondisi yang cukup rentan terhadap perubahan dalam penilaian diri, terutama dalam konteks penggunaan media sosial. Teori Coopersmith (2007) menjelaskan bahwa harga diri dibangun melalui empat aspek utama, yaitu mampu (kompeten), penting (signifikan), berhasil (sukses), dan berharga. Ketika remaja berinteraksi di media sosial, aspek-aspek ini mendapatkan tantangan yang nyata: perbandingan sosial terhadap jumlah pengikut (followers), jumlah likes, dan kualitas konten yang diunggah menjadi tolok ukur baru yang tidak tertulis namun sangat berpengaruh terhadap evaluasi diri remaja.

Fakta yang ditemukan dalam wawancara awal memperkuat penelitian ini. Siswa K mengungkapkan bahwa ia merasa tidak menarik ketika melihat pengikut temannya yang mencapai lebih dari 200.000 akun, sementara siswa S menyatakan belum mampu menghargai dirinya sendiri dan masih sering membandingkan diri dengan orang lain di media sosial. Kondisi ini mencerminkan apa yang oleh Coopersmith (2007) disebut sebagai harga diri yang dipengaruhi oleh faktor kepemimpinan dan popularitas, yaitu ketika seseorang mengukur nilai dirinya berdasarkan seberapa besar pengakuan dan penerimaan yang diperoleh dari lingkungan sosialnya, termasuk di dunia maya.

Dalam konteks media sosial, perbandingan sosial menjadi jauh lebih intens dan berpotensi lebih merusak karena konten yang ditampilkan di media sosial umumnya merupakan versi terbaik *(highlight reel)* dari kehidupan seseorang, bukan gambaran kehidupan sehari-hari yang sesungguhnya. Remaja yang belum memiliki kematangan kognitif dan emosional yang cukup seringkali tidak mampu memfilter informasi ini secara kritis, sehingga rentan mengembangkan harga diri yang berfluktuasi dari rendah hingga sedang.

Hasil penelitian pada sampel 76 siswa juga menunjukkan bahwa mayoritas siswa berada pada kategori kepercayaan diri sedang (34,2%). Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Fitri Emria dkk. (2018) yang menemukan bahwa mayoritas remaja berada pada kisaran sedang dalam hal kepercayaan diri. Menurut Lauster (2003), kepercayaan diri adalah suatu sikap atau keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri yang memungkinkan seseorang untuk tidak selalu gugup dalam bertindak, bebas melakukan apa yang disukai, dan berinteraksi dengan orang lain secara baik dan sopan.

Kepercayaan diri pada level sedang mengindikasikan bahwa siswa sudah memiliki beberapa aspek kepercayaan diri seperti keyakinan akan kemampuan diri dan sikap optimis, namun belum sepenuhnya konsisten dalam mengaplikasikannya pada berbagai situasi, khususnya di ranah media sosial. Siswa A dalam wawancara awal mengungkapkan bahwa ia merasa lebih percaya diri ketika mengekspresikan diri melalui konten TikTok yang sesuai dengan bakatnya, namun merasa tidak percaya diri saat harus tampil di depan umum dalam konteks formal seperti membaca puisi.

Berdasarkan kerangka teori yang disusun dalam penelitian ini, kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor internal yaitu konsep diri, harga diri, kondisi fisik, dan pengalaman hidup (Coopersmith, 2007; Sumarmo, 2017). Dalam konteks media sosial, faktor kondisi fisik dan penampilan menjadi sangat menonjol karena platform seperti Instagram dan TikTok sangat berbasis pada citra visual diri. Penggunaan filter dan teknologi pengeditan foto oleh para siswa, seperti yang diakui oleh siswa S dan K dalam wawancara, merupakan bentuk kepercayaan diri yang dibangun melalui manipulasi citra diri, bukan melalui pengenalan dan penerimaan diri dari perilaku aslinya.

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Temuan sentral penelitian ini adalah adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dan kepercayaan diri pada siswa pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Batanghari, dengan nilai koefisien korelasi Pearson r = 0,848 (p < 0,001) yang diperoleh dari 76 sampel penelitian setelah instrumen melalui tahap try out pada 20 siswa. Hasil ini secara tegas mendukung hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan dan menolak hipotesis nol (Ho). Korelasi yang sangat kuat ini memiliki makna substantif yang mendalam: harga diri merupakan prediktor paling determinan bagi terbentuknya kepercayaan diri pada remaja pengguna media sosial.

Temuan ini sepenuhnya selaras dengan kerangka berpikir yang telah disusun dalam penelitian ini, yang menyatakan bahwa harga diri (sebagai variabel bebas) memiliki hubungan positif dengan kepercayaan diri (sebagai variabel terikat). Alur hubungan dalam kerangka konsep terbukti secara empiris: ketika seseorang memiliki evaluasi diri yang positif, merasa mampu, penting, berhasil, dan berharga sesuai aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith (2007), maka ia akan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuannya, bersikap optimis, objektif, bertanggung jawab, dan berpikir rasional, yang merupakan aspek-aspek kepercayaan diri menurut Lauster (dalam Rais, 2022).

Nilai koefisien determinasi r^2 = 0,720 mengungkapkan bahwa 72,0% variasi kepercayaan diri dapat dijelaskan oleh harga diri. Angka ini tetap tergolong sangat tinggi dalam ilmu psikologi, mengingat kompleksitas faktor yang memengaruhi kepercayaan diri seorang remaja, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan apabila dihitung menggunakan seluruh 96 responden tanpa proses gugur aitem. Penurunan ini wajar terjadi karena instrumen final yang digunakan pada sampel penelitian telah melalui proses seleksi aitem yang lebih ketat berdasarkan hasil try out, sehingga skor total yang dihasilkan mencerminkan konstruk yang lebih murni namun dengan jumlah aitem yang lebih sedikit. Persamaan regresi $\hat{Y}$ = 26,01 + 0,970X menunjukkan bahwa harga diri berkontribusi secara langsung, positif, dan proporsional terhadap kepercayaan diri, di mana setiap peningkatan satu satuan skor harga diri secara rata-rata diikuti dengan peningkatan 0,970 satuan skor kepercayaan diri.

Penelitian ini memperkuat dan memperluas hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang telah mengidentifikasi hubungan serupa. Penelitian Putri dan Hadinata (2022) pada remaja putri pengguna skincare di SMA Tri Dharma Palembang menemukan korelasi positif signifikan antara harga diri dan kepercayaan diri (r = 0,377; p < 0,05). Penelitian Ningsih dan Awalya (2020) pada siswa SMK Nusa Bhakti Semarang menemukan hubungan positif signifikan (β = 0,416; t = 5,834; p < 0,05). Penelitian Al Husna dkk. (2022) pada remaja panti asuhan juga menemukan korelasi positif (r = 0,084; p > 0,05).

Dibandingkan dengan penelitian-penelitian tersebut, nilai koefisien korelasi yang ditemukan dalam penelitian ini (r = 0,848) jauh lebih tinggi. Perbedaan ini dapat dijelaskan melalui beberapa pertimbangan metodologis dan kontekstual. Pertama, penelitian ini secara spesifik meneliti siswa pengguna media sosial aktif, sehingga efek media sosial sebagai konteks yang menguatkan hubungan harga diri kepercayaan diri lebih terkonsentrasi dan lebih terasa dibandingkan populasi remaja secara umum.

Kedua, karakteristik responden sebagai siswa SMP di wilayah pedesaan dengan akses internet yang belum merata menciptakan situasi di mana media sosial menjadi sarana validasi diri yang sangat penting, memperkuat keterkaitan antara harga diri dan kepercayaan diri. Ketiga, usia responden (12-15 tahun) merupakan masa remaja awal yang menurut Santrock (2012) ditandai dengan ketidakstabilan emosional dan pencarian identitas yang intens, sehingga harga diri lebih besar perannya dalam menentukan kepercayaan diri dibandingkan pada remaja yang lebih matang. Keempat, proses seleksi aitem melalui try out pada 20 siswa turut memperbaiki kualitas psikometrik instrumen, sehingga skor total yang dianalisis pada 76 sampel penelitian merupakan representasi konstruk yang lebih tajam dan bebas dari aitem-aitem yang secara empiris terbukti kurang mampu membedakan individu.

Salah satu kontribusi penting penelitian ini adalah peran media sosial yang tidak sekadar menjadi latar belakang netral, melainkan merupakan konteks aktif yang mengaitkan dan memperkuat hubungan antara harga diri dan kepercayaan diri pada remaja. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp telah menciptakan ekosistem baru bagi perkembangan psikologis remaja, di mana sistem validasi berbasis likes, followers, menjadi cermin sosial yang sangat berpengaruh terhadap evaluasi diri remaja.

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Wawancara awal turut memperkuat analisis ini. Siswa K menyatakan bahwa mendapatkan banyak likes dapat meningkatkan kepercayaan dirinya dalam bermain media sosial, sementara jumlah pengikut yang sedikit membuatnya mempertanyakan nilai dirinya. Siswa A mengakui bahwa ia segera menghapus unggahan yang dinilai tidak mendapatkan respons yang cukup, mencerminkan kepercayaan diri yang sangat bergantung pada validasi eksternal. Kedua pola perilaku ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi instrumen utama dalam proses evaluasi diri remaja, yang pada gilirannya sangat memengaruhi harga diri dan kepercayaan diri mereka.

Harga diri yang bersifat kontingen terhadap penerimaan sosial di media sosial lebih rentan terhadap fluktuasi dan lebih berkorelasi kuat dengan berbagai indikator kesehatan mental yang kurang optimal. Hal ini konsisten dengan nilai korelasi yang sangat tinggi (r = 0,848) yang ditemukan dalam penelitian ini: ketika harga diri anak remaja sangat bergantung pada media sosial, kepercayaan diri mereka juga akan sangat terpengaruh oleh dinamika yang terjadi di platform tersebut.

Penelitian ini memperkuat dan memperluas teori Coopersmith (2007) mengenai harga diri dalam konteks digital. Keempat aspek harga diri yang dikemukakan Coopersmith, yaitu mampu, penting, berhasil, dan berharga, terbukti tetap relevan dan bahkan semakin signifikan pengaruhnya dalam era media sosial. Aspek 'penting' (signifikansi) khususnya mendapatkan dimensi baru melalui media sosial, di mana remaja mengukur signifikansi dirinya tidak hanya berdasarkan hubungan interpersonal langsung, tetapi juga berdasarkan engagement di platform digital.

Kedua, penelitian ini memperbarui pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan diri remaja sebagaimana diidentifikasi oleh Coopersmith (2007) dan Sumarmo (2017). Media sosial perlu diakui sebagai faktor lingkungan baru yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri remaja, tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai ruang psikologis di mana remaja membentuk, memvalidasi, dan memodifikasi identitas dirinya. Dengan demikian, penelitian ini mengusulkan perlunya pembaruan konseptual pada teori kepercayaan diri remaja untuk secara eksplisit mengintegrasikan variabel media sosial sebagai salah satu determinan penting.

Ketiga, nilai koefisien korelasi yang sangat tinggi (r = 0,848) dalam penelitian ini melampaui temuan-temuan sebelumnya secara substantif. Hal ini mengisyaratkan bahwa konteks spesifik, yaitu remaja pengguna media sosial aktif di wilayah pedesaan, memiliki dinamika psikologis yang unik, di mana ketergantungan pada media sosial sebagai sumber validasi diri membuat hubungan antara harga diri dan kepercayaan diri menjadi jauh lebih erat dibandingkan pada populasi remaja umum. Temuan ini membuka peluang penelitian selanjutnya untuk meneliti peran intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel moderator dalam hubungan harga diri kepercayaan diri.

Keempat, penelitian ini memiliki relevansi praktis yang signifikan bagi dunia pendidikan dan konseling psikologi. Mengingat harga diri berkontribusi sebesar 72,0% terhadap kepercayaan diri siswa, intervensi yang ditujukan untuk meningkatkan harga diri remaja, seperti bimbingan kelompok, literasi media, dan pelatihan pengenalan diri (self-awareness training), akan secara bersamaan berdampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri mereka. Penelitian Sarwan dan Afrrina (2018) yang menemukan pengaruh signifikan bimbingan kelompok terhadap kepercayaan diri melalui perantaraan harga diri memberikan dukungan empiris terhadap pendekatan intervensi semacam ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada siswa pengguna media sosial di SMP Negeri 26 Kabupaten Batanghari, dengan koefisien korelasi Pearson sebesar r = 0,855 ($p < 0,001$) dan koefisien determinasi $r^2 = 0,732$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa harga diri memberikan kontribusi sebesar 73,2% terhadap kepercayaan diri siswa, sehingga hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan dalam penelitian ini diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa harga diri maupun kepercayaan diri siswa SMP Negeri 26 Batanghari secara umum berada pada kategori sedang, masing-masing sebesar 36,5% dan 39,6%, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa belum sepenuhnya memiliki evaluasi diri

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

yang mantap dalam menghadapi dinamika media sosial. Persamaan regresi $\hat{Y} = 31{,}81 + 0{,}966X$ memperlihatkan bahwa peningkatan harga diri secara konsisten diikuti oleh peningkatan kepercayaan diri, sekalipun 26,8% variasi kepercayaan diri masih dipengaruhi oleh faktor lain di luar harga diri, seperti dukungan sosial dan pengalaman pribadi siswa.

5. DAFTAR PUSTAKA

Andayani, M., & Amir, Z. (2019). Membangun Self-Confidence Siswa melalui Pembelajaran Matematika. *Desimal: Jurnal Matematika*, *2*(2), 147–153. https://doi.org/10.24042/djm.v2i2.4279

Anthony. (2013). Rahasia Puncak Percaya Diri Total. *Riset Balitbang Kemenkes RI. Jakarta: Mitra Sejati.*

Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, *3*(2), 1–16. https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3270

Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan validitas edisi 4. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Coopersmith. (2007). The Antecendent Of Self Esteem. In *Self Esteem*. Freeman & Company.

Diananda, A. (2019). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Journal ISTIGHNA*, *1*(1), 116–133. https://doi.org/10.33853/istighna.v1i1.20

Dwi Marita, A. G., Yuliadi, I., & Karyanta, A. N. (2014). Hubungan antara Body Image dan Imaginary Audience dengan Kepercayaan Diri pada Siswi Kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. *Jurnal of Nutrition and Healt*, *2*, 23–28.

Empati, J., Purworahayu, D., & Rusmawati, D. (2018). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kematangan Karir Pada Siswa Sma Negeri 1 Kemangkon Di Kabupaten Purbalingga. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *7*(2), 321–327.

Fitri Emria, Nilma Zola, & Ifdil Ifdil. (2018). Profil kepercayaan diri remaja serta faktor-faktor yang mempengaruhi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* , *4*.

Ghufron Nur, M., & Risnawati Rini, S. (2014). Teori–Teori Psikologi. *Ar-Ruzz Media*.

Hendriana, H., & Soemarmo, U. (2014). Penilaian Pembelajaran Matematika. *Refika Aditama*, 2014.

John W. Santrock. (2003). Perkembangan remaja edisi keenam. In *Jakarta: Erlangga.*

Keliat, B. A. (2000). *Dinamika Hubungan*. Erlangga.

Lauster, P. (2003). Tes Kepribadian. In *Jakarta: Bumi Aksara* (Vol. 4, Issue 2).

Lilis, K. (2020). Fenomena Terjadinya Kenakalan Remaja. *Jurnal Edukasi Nonformal*, *1*(1), 147–158.

Ningsih, F. R., & Awalya, A. (2020). Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan Kepercayaan Diri Siswa SMK Nusa Bhakti Semarang. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, *6*(2), 198. https://doi.org/10.22373/je.v6i2.6915

Nora, M. O. (2015). Pengaruh Kelekatan Dan Harga Diri Terhadap Kemampuan Bersosialisasi Anak Maya Oktia Nora. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, *9*(2), 379–388. https://doi.org/10.21009/JPUD.092.11

Periantalo. (2016). Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Prajaniti, G. A. S., Swedarma, K. E., & Manangkot, M. V. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Gejala Depresi Pada Remaja Di Sman 3 Denpasar. *Coping: Community of Publishing in Nursing*, *10*(1), 52. https://doi.org/10.24843/coping.2022.v10.i01.p08

Putri, N., & Oktapiya Hadinata, E. (2022). *Hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada remaja putri pengguna skincare di SMA Tri Dharma Palembang*. 1–13.

Rais, M. R. (2022). Kepercayaan Diri (Self Confidence) Dan Perkembangannya Pada Remaja. *Al-Irsyad*, *12*(1), 40. https://doi.org/10.30829/al-irsyad.v12i1.11935

Rombe. (1997). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri*.

Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup Jilid I. (B. Widyasinta, Penerj.)*. Erlangga.

Sarwan, A. (2018). Pengaruh Bimbingan Kelompok dan Harga Diri terhadap Kepercayaan Diri Siswa Kelas X SMAN 5 Takengon Aceh Tengah. *Jurnal Diversita*, *4*(1), 32. https://doi.org/10.31289/diversita.v4i1.1603

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
Yulianti, Y., & Bulkani, B. (2018). Studi Kasus Faktor Penyebab Low-Self Confidence Pada Siswa Kelas 1/4 Mutawasit Arunsat Vitaya School Saiburi, Pattani, Thailand Selatan. *Suluh: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *4*(1), 35–38. https://doi.org/10.33084/suluh.v4i1.479
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2022-2023. APJII. https://apjii.or.id
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Survei Internet APJII 2024. APJII. https://apjii.or.id
Colak, M., Bingol, O. S., & Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry, 65*(5), 595-600.
Databoks. (2025). Pengguna Media Sosial di Indonesia Bertambah Awal 2025. Katadata. https://databoks.katadata.co.id
Ginting, F. S. H., Saragih, H., & Lumbatoruan, N. G. L. (2023). Hubungan penggunaan media sosial dengan tingkat harga diri remaja di SMA Negeri 12 Medan tahun 2023. *Jurnal Keperawatan Cikini, 5*(1), 98-109. https://doi.org/10.55644/jkc.v5i01.156
Margaretha, D. C., & Wati, L. (2024). Harga Diri dan Problematic Social Media Use Pengguna Tiktok. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, 8*(1). https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v8i1.27225.2024
Muthoharoh, W. C., Aisy, H. R., & Tumole, G. D. (2025). Hubungan antara Harga Diri dengan Peran Diri pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi, 12*(1), 29-37. https://doi.org/10.26740/cjpp.v12n01.p29-37
Syahputra, A., & Rifandi, D. (2021). Hubungan Intensitas Media Sosial dan Kepercayaan Diri pada Remaja Awal. *Journal of Healthcare Technology and Medicine, 7*(2).
Andayani, M., & Amir, Z. (2019). Membangun Self-Confidence Siswa melalui Pembelajaran Matematika. *Desimal: Jurnal Matematika*, *2*(2), 147–153. https://doi.org/10.24042/djm.v2i2.4279
Anthony. (2013). Rahasia Puncak Percaya Diri Total. *Riset Balitbang Kemenkes RI. Jakarta: Mitra Sejati.*
Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, *3*(2), 1–16. https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3270
Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan validitas edisi 4. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
Coopersmith. (2007). The Antecendent Of Self Esteem. In *Self Esteem*. Freeman & Company.
Diananda, A. (2019). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Journal ISTIGHNA*, *1*(1), 116–133. https://doi.org/10.33853/istighna.v1i1.20
Dwi Marita, A. G., Yuliadi, I., & Karyanta, A. N. (2014). Hubungan antara Body Image dan Imaginary Audience dengan Kepercayaan Diri pada Siswi Kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. *Jurnal of Nutrition and Healt*, *2*, 23–28.
Empati, J., Purworahayu, D., & Rusmawati, D. (2018). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kematangan Karir Pada Siswa Sma Negeri 1 Kemangkon Di Kabupaten Purbalingga. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *7*(2), 321–327.
Fitri Emria, Nilma Zola, & Ifdil Ifdil. (2018). Profil kepercayaan diri remaja serta faktor-faktor yang mempengaruhi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* , *4*.
Ghufron Nur, M., & Risnawati Rini, S. (2014). Teori–Teori Psikologi. *Ar-Ruzz Media*.
Hendriana, H., & Soemarmo, U. (2014). Penilaian Pembelajaran Matematika. *Refika Aditama*, 2014.
John W. Santrock. (2003). Perkembangan remaja edisi keenam. In *Jakarta: Erlangga.*
Keliat, B. A. (2000). *Dinamika Hubungan*. Erlangga.
Lauster, P. (2003). Tes Kepribadian. In *Jakarta: Bumi Aksara* (Vol. 4, Issue 2).
Lilis, K. (2020). Fenomena Terjadinya Kenakalan Remaja. *Jurnal Edukasi Nonformal*, *1*(1), 147–158.
Ningsih, F. R., & Awalya, A. (2020). Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan Kepercayaan Diri Siswa SMK Nusa Bhakti Semarang. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, *6*(2), 198. https://doi.org/10.22373/je.v6i2.6915

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Nora, M. O. (2015). Pengaruh Kelekatan Dan Harga Diri Terhadap Kemampuan Bersosialisasi Anak Maya Oktia Nora. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, *9*(2), 379–388. https://doi.org/10.21009/JPUD.092.11

Periantalo. (2016). Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Prajaniti, G. A. S., Swedarma, K. E., & Manangkot, M. V. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Gejala Depresi Pada Remaja Di Sman 3 Denpasar. *Coping: Community of Publishing in Nursing*, *10*(1), 52. https://doi.org/10.24843/coping.2022.v10.i01.p08

Putri, N., & Oktapiya Hadinata, E. (2022). *Hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada remaja putri pengguna skincare di SMA Tri Dharma Palembang*. 1–13.

Rais, M. R. (2022). Kepercayaan Diri (Self Confidence) Dan Perkembangannya Pada Remaja. *Al-Irsyad*, *12*(1), 40. https://doi.org/10.30829/al-irsyad.v12i1.11935

Rombe. (1997). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri*.

Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup Jilid I. (B. Widyasinta, Penerj.)*. Erlangga.

Sarwan, A. (2018). Pengaruh Bimbingan Kelompok dan Harga Diri terhadap Kepercayaan Diri Siswa Kelas X SMAN 5 Takengon Aceh Tengah. *Jurnal Diversita*, *4*(1), 32. https://doi.org/10.31289/diversita.v4i1.1603

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.

Yulianti, Y., & Bulkani, B. (2018). Studi Kasus Faktor Penyebab Low-Self Confidence Pada Siswa Kelas 1/4 Mutawasit Arunsat Vitaya School Saiburi, Pattani, Thailand Selatan. *Suluh: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *4*(1), 35–38. https://doi.org/10.33084/suluh.v4i1.479