

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN RASA
IRI PADA MAHASISWA UBHARA JAYA PENGGUNA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh :

Farida

201710515145



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

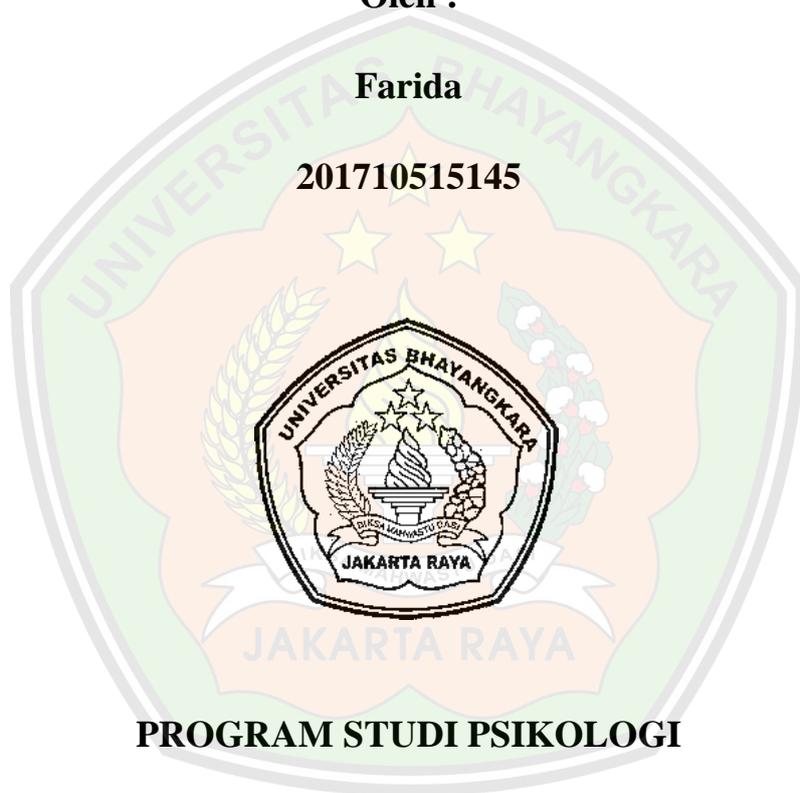
**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN RASA
IRI PADA MAHASISWA UBHARA JAYA PENGGUNA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh :

Farida

201710515145



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan
Rasa Iri Pada Mahasiswa Ubhara Jaya
Pengguna Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Farida
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710515145
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Desember 2021

Bekasi, 28 Desember 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Rijal Abdillah, S.Psi., M.A

NIDN. 0320048501



Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si

NIDN. 0324087902



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan
Rasa Iri Pada Mahasiswa Ubhara Jaya
Pengguna Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Farida
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710515145
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Desember 2021

Bekasi, 28 Desember 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Netty Merdiaty, M.M., M.Si
NIDN. 0321126303



Penguji I : Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si
NIDN. 0324087902



Penguji II : Rijal Abdillah, S.Psi., M.A.
NIDN. 0320048501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Psikologi

Dekan Fakultas Psikologi



Yulia Fitriani, S.Psi., M.A

NIDN. 0314078503



Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog

NIDN. 0317128504

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial Instagram”

ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 28 Desember 2021



Farida

201710515145

ABSTRAK

Farida. 201710515145. Hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram.

Abstrak. Instagram menjadi media sosial yang banyak diminati pada kalangan remaja akhir hingga dewasa awal. Kemudahan dalam mengakses Instagram membuat mereka seringkali membagikan aktivitas kesehariannya serta pencapaian-pencapaian yang diraih. Namun terdapat dampak buruk yang cukup signifikan dari penggunaan media sosial Instagram yaitu melakukan perbandingan sosial keatas, hal inilah yang menimbulkan rasa iri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial Instagram. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dengan subjek penelitian sebanyak 120 subjek. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi antara kepercayaan diri dengan rasa iri sebesar $r = -0,432^{**}$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan rasa iri. Semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah rasa iri begitupun sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi rasa iri. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor lain yang memiliki hubungan dengan rasa iri pada pengguna media sosial Instagram.

Kata kunci (sentence case): Kepercayaan Diri, Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram, Rasa Iri.

ABSTRACT

Farida. 201710515145. The relationship between self-confidence and envy in ubhara jaya students using social media Instagram.

Abstract. Instagram is a social media that is in great demand among late teens to early adults. The ease of accessing Instagram makes them often share their daily activities and achievements. However, there is a significant negative impact from the use of social media Instagram, namely doing social comparisons and above, this is what causes envy. This study aims to determine the relationship between self-confidence and envy in ubhara jaya students using Instagram social media. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling type with 120 subjects as research subjects. The results showed that the correlation coefficient between self-confidence and envy was $r = -0.432^{**}$ and $p = 0.000$ ($p < 0.05$). This shows that there is a significant negative relationship between self-confidence and envy. The higher the self-confidence, the lower the envy and vice versa, the lower the self-confidence, the higher the envy. Suggestions for further research are expected to examine other factors that have a relationship with envy in Instagram social media users.

Keywords (sentence case): Confidence, Student Instagram Social Media Users, Envy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram”**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan serta bimbingan banyak pihak. Oleh karena itu penulis memberikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Mira Sekar Arumi M.Psi., Psikolog, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Rijal Abdillah, S.Psi., M.A, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberi saran dan semangat yang berarti bagi penulis.
3. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan dukungan serta semangat untuk menulis skripsi ini.
4. Anang Lesmana yang selalu memberikan dukungan secara materil dan immateril
5. Katarina, Wulan, Merlyn, Ocha dan Aisyah. Teman yang selalu menemani dan membantu baik dalam proses belajar dikelas dan juga pada saat pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan jalan terbaik bagi mereka. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca, agar penulis dapat berkarya dengan lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bekasi, 28 Desember 2021



FARIDA

DAFTAR ISI

Cover	
Cover	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Uraian Keaslian Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Definisi Rasa Iri	11
2.1.1 Aspek-aspek Iri	12
2.1.2 Bentuk-bentuk Iri	13
2.1.3 Faktor yang mempengaruhi rasa iri	15

2.2 Definisi Kepercayaan Diri	15
2.2.1 Aspek-aspek Kepercayaan Diri	16
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri	17
2.2.3 Cara meningkatkan kepercayaan diri	18
2.3 Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Rasa Iri	19
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.4.1 Hipotesis alternatif (Ha)	22
2.4.2 Hipotesis nihil (Ho)	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Tipe Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel	23
3.3 Definisi Operasional	24
3.3.1 Definisi Rasa Iri	24
3.3.2 Definisi Kepercayaan Diri	24
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.4.1 Populasi Penelitian	24
3.4.2 Sampel Penelitian	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5.1 Instrumen Pengumpulan Data	26
3.5.1.1 Skala Rasa Iri	27
3.5.1.2 Skala Kepercayaan Diri	28
3.5.2 Validitas dan Reliabilitas	29
3.5.2.1 Validitas	29
3.5.2.2 Reliabilitas	30
3.6 Hasil Uji Instrumen Data	31

3.6.1 Validitas	31
3.6.1.1 Uji Daya Beda Aitem Skala Rasa Iri	31
3.6.1.2 Uji Daya Beda Aitem Skala Kepercayaan Diri	32
3.6.2 Reliabilitas	34
3.6.2.1 Uji Reliabilitas Rasa Iri	34
3.6.2.2 Uji Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri	34
3.7 Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Konteks atau Ruang Lingkup Penelitian	36
4.1.1 Subjek Penelitian	36
4.2 Pelaksanaan Penelitian	37
4.2.1 Persiapan Penelitian	37
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian	37
4.3 Hasil Penelitian	38
4.3.1 Uji Asumsi	38
4.3.1.1 Uji Normalitas	38
4.3.1.2 Uji Linieritas	39
4.3.2 Uji Kategorisasi	39
4.3.2.1 Kategorisasi Rasa Iri	40
4.3.2.2 Kategorisasi Kepercayaan Diri	42
4.3.3 Uji Hipotesis	45
4.3.3.1 Uji Korelasi	45
4.4 Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49

5.2 Saran 49

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka berpikir	22
Tabel 3.1 Skor pada skala likert	26
Tabel 3.2 Blueprint skala rasa iri sebelum uji coba	27
Tabel 3.3 Blueprint skala kepercayaan diri sebelum uji coba	29
Tabel 3.4 Klasifikasi indeks daya beda aitem	30
Tabel 3.5 Klasifikasi skor reliabilitas	31
Tabel 3.6 Blueprint rasa iri setelah uji coba	32
Tabel 3.7 Blueprint kepercayaan diri setelah uji coba	34
Tabel 3.8 Hasil uji coba reliabilitas rasa iri	34
Tabel 3.9 Hasil uji coba reliabilitas kepercayaan diri	34
Tabel 4.1 Deskripsi subjek	36
Tabel 4.2 Hasil uji normalitas	38
Tabel 4.3 Hasil uji linieritas	39
Tabel 4.4 Rumus kategorisasi	40
Tabel 4.5 Hasil kategorisasi rasa iri SPSS	41
Tabel 4.6 Kategorisasi skor rasa iri	42
Tabel 4.7 Hasil kategorisasi kepercayaan diri SPSS	44
Tabel 4.8 Kategorisasi skor kepercayaan diri	44
Tabel 4.9 Hasil uji korelasi rasa iri dan kepercayaan diri	45

Daftar Lampiran

- Lampiran 1 – Butir Aitem
- Lampiran 2 – Tabulasi Coding Tryout
- Lampiran 3 – Hasil Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 – Skala Penelitian
- Lampiran 5 – Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 6 – Hasil Uji Asumsi
- Lampiran 7 – Hasil Uji Kategorisasi
- Lampiran 8 – Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 – Kuesioner Penelitian
- Lampiran 10 – Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 11 – Kartu Bimbingan Skripsi



HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN RASA IRI PADA MAHASISWA UBHARA JAYA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

The Relationship Between Self-Confidence and Envy in Ubhara Jaya Students Using Social Media
Instagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan jenis purposive sampling dengan subjek penelitian sebanyak 120 subjek. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi antara kepercayaan diri dengan rasa iri sebesar $r = -0,432^{**}$ dan $P = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan rasa iri.

Kata kunci : kepercayaan diri, mahasiswa pengguna media sosial instagram, rasa iri.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between self-confidence and envy in ubhara jaya students using Instagram social media. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling type with 120 subjects as research subjects. The results showed that the correlation coefficient between self-confidence and envy was $r = -0,432^{**}$ and $P = 0,000$ ($p < 0,05$). This shows that there is a significant negative relationship between self-confidence and envy.

Keywords : confidence, student instagram social media users, envy.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir media sosial menjadi suatu wadah untuk mengekspresikan diri oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Media sosial ialah suatu platform internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya (Valenza, 2014).

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021) awal tahun 2021, pengguna internet mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat sampai 15,5% dibanding pada tahun 2020 lalu, hal ini dikarenakan kondisi indonesia yang sedang dilanda pandemi Covid-19 dimana semua hal dikerjakan secara online dan banyaknya waktu luang untuk mengakses media sosial. Terdapat berbagai

bentuk dari media sosial yaitu facebook, twitter, line, tiktok, youtube, snapchat, pinterest, reddit, linkedin dan instagram.

Instagram berasal dari kata “insta” yang berarti “instan” seperti gambaran kamera polaroid dan juga “gram” dari kata “telegram” yang memiliki cara kerja mengirimkan informasi kepada para penggunanya dengan cepat, sama halnya dengan telegram (Aditya, 2015). Di instagram para penggunanya dapat berbagi foto serta video kedalam feed atau *instastory* dengan menggunakan berbagai filter yang telah disediakan, unggahan tersebut dapat dibagikan secara publik ataupun privasi.

Menurut data Napoleon cat (2020) pada Januari-mei di Indonesia pengguna instagram mencapai 69,2 juta pengguna dengan rata-rata rentang usia penggunanya adalah 18-24 tahun, kategori ini termasuk kedalam masa dewasa awal. dimana pada masa ini dalam perkembangannya individu masih melakukan eksplorasi diri. Remaja menghabiskan waktu berjam-jam untuk menggunakan media sosial, entah itu untuk memposting foto, video, status, atau hanya sekedar melihat-lihat, berkomentar di akun instagram temannya atau akun orang lain. Mahasiswa yang menggunakan instagram juga memiliki sesuatu yang ingin diperlihatkan kepada pengguna lain, seperti membagi foto pribadi, aktifitasnya selama sehari-hari, serta pencapaian yang telah diraih. Namun ditengah kemudahannya dalam bertukar informasi, ternyata terlalu sering menggunakan instagram dapat menimbulkan permasalahan, salah

satunya adalah timbulnya iri diantara penggunanya.

Rasa iri pada pengguna instagram disamaartikan dengan iri episodik, dimana rasa iri ini terjadi pada perbandingan yang spesifik, dialami oleh individu pada kondisi tertentu, seperti ketika melihat postingan orang lain di instagram. Iri terbagi menjadi dua keadaan yang berbeda yaitu iri positif dan negatif, iri yang negatif adalah iri yang membuat individu berusaha untuk merusak keadaan atau kesenangan orang lain, sedangkan iri yang positif adalah iri yang membuat individu termotivasi untuk bergerak maju demi mendapatkan hal yang diinginkan. Krasnova, et.al (2013) mengungkapkan bahwa emosi iri menjadi ancaman tersembunyi bagi kepuasan hidup pengguna media sosial.

Fenomena ini didukung oleh pernyataan Carash (2009) bahwa saat individu merasa iri, maka emosi tidak menyenangkan akan muncul. Pada awalnya individu akan melihat postingan orang lain di media sosial yang penggunanya cenderung memposting hal-hal menyenangkan saja (Hu, manikonda, & kambhampati, 2013). Alhasil iri yang terjadi di media sosial akibat individu merasa bahwa orang lain beruntung memiliki sesuatu yang dia inginkan tetapi tidak dapat dia miliki. Ketidakpuasan terhadap diri sendiri pun menjadikan seseorang merasa inferioritas.

Peneliti melakukan wawancara kepada 3 orang mahasiswa dan ditemukan indikator-indikator yang menggambarkan rasa iri yaitu merasa tidak suka ketika melihat temannya

memposting prestasinya diinstagram, merasa cemburu ketika melihat temannya bahagia di media sosial, merasa ingin seperti orang lain, dan merasa ingin mendapatkan hadiah seperti yang didapatkan oleh temannya. Selain itu ditemukan juga indikator-indikator yang menggambarkan kepercayaan diri seperti tidak berani memposting foto di instagram jika belum diedit atau tidak memakai filter, merasa insecure dalam hal penampilan fisik, dan tidak mampu mengambil suatu keputusan sendiri. Hasil dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa rata-rata mahasiswa mengatakan bahwa dirinya pernah merasa cemburu ketika melihat temannya berbahagia, merasa hidup orang lain lebih mudah dibanding dengan hidupnya dan pernah membandingkan diri dengan orang lain. Hasil wawancara tersebut pun sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Chou dan Edge (2012) bahwa pengguna media sosial mempersepsikan kehidupan orang lain lebih baik dan bahagia dibandingkan dengan kehidupannya. Hal ini menunjukkan bahwa postingan kesuksesan dan kebahagiaan di media sosial berpotensi untuk direspon negatif seperti merasa iri kepada pengguna lain.

Merujuk dari hasil diatas, munculnya rasa iri yang dialami oleh mahasiswa tersebut salah satunya karena faktor kurangnya kepercayaan diri atau rendah diri. Seperti yang dikatakan oleh Parrot & Smith (dalam lillemor 2014) hal yang mempengaruhi karakteristik dari rasa iri adalah merasa inferioritas, ketidakpercayaan dan kecemasan. Melihat postingan orang lain membuat mahasiswa

merasa tidak nyaman, stress dan tidak dapat mengontrol diri, rasa tidak nyaman ini yang menyebabkan mahasiswa merasa dirinya tidak berharga dan memandang kehidupannya secara negatif. Sedangkan kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek yang ada pada dirinya yang dinilai secara positif.

Mahasiswa pengguna media sosial instagram merasa iri karena kurangnya kepercayaan diri dan merasa rendah diri, kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti saat melihat postingan orang lain atau bahkan temannya sendiri memposting pencapaian akademik atau non akademik, foto jalan-jalan, foto ditempat makan yang sedang hits dan lain sebagainya.

Faturochman (2006) mengatakan bahwa rasa iri adalah sebuah perasaan iri hati pada orang lain yang diakibatkan oleh kemampuan atau barang yang dimiliki oleh orang lain melebihi kemampuan dari individu tersebut. Aspek rasa iri terdiri dari dua aspek yaitu, perasaan dan perbandingan. Spielman (lillemor, 2014) mengungkapkan empat hal yang mempengaruhi rasa iri yaitu:

- Keinginan untuk menyamakan atau meniru subjek yang membuat iri
- Rasa kekurangan sesuatu atau ketidakmampuan yang menyebabkan merasa rendah diri
- Kerinduan akan kepemilikan yang diinginkan
- Perasaan marah, tidak puas, dendam serta niat buruk

Kepercayaan diri adalah aspek kepribadian yang terdiri dari keyakinan bahwa dirinya dapat melakukan sesuatu dengan kemampuannya sendiri serta tidak mudah terpengaruh oleh orang lain, dirinya mampu bersikap sesuai dengan kehendaknya, optimis dan bertanggung jawab (Lauster, 2006). Terdapat beberapa aspek dari kepercayaan diri : keyakinan akan kemampuan diri, optimis, obyektif, bertanggung jawab, rasional serta realistis. Ghufron & Risnawati (2010) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu : konsep diri, harga diri, pengalaman dan pendidikan.

Faturochman (2006) mengungkapkan bahwa rasa iri erat kaitannya dengan bagaimana cara kita memandang orang lain dan perasaan iri terjadi karena adanya perbandingan antara dirinya dengan orang lain. Pada masa remaja seseorang akan sering membanding-bandingkan dirinya dengan teman-temannya yang berada disekitarnya. Membanding-bandingkan diri dapat menyebabkan seorang remaja menjadi kurang percaya diri (Putra, 2018). Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Lauster (2006) bahwa jika individu ingin memiliki kepercayaan diri yang baik maka jangan terlalu sering membandingkan diri dengan orang lain, jika terus membandingkan diri dengan orang lain maka kita akan merasa kecewa dengan diri sendiri.

Beberapa penelitian tentang iri yang terjadi di media sosial dilakukan oleh Kesi, Hartati dan Syaf (2019) menemukan bahwa rasa iri yang didapatkan dari penggunaan

media sosial cenderung berdampak pada kondisi psikis individu, yang dihasilkan dari perbandingan sosial yang mengarahkan individu pada kondisi negatif. Krasnova, Wenninger, Widjaja dan Buxmann (2013) pun mengungkapkan bahwa emosi iri menjadi ancaman bagi kepuasan hidup pengguna media sosial.

Dari uraian diatas, melalui aspek kepercayaan diri peneliti berharap mendapatkan gambaran secara umum mengenai rasa iri pada mahasiswa pengguna media sosial instagram.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tipe korelasional. Menurut (Sugiyono, 2014) penelitian kuantitatif adalah suatu metode tradisional yang digunakan untuk meneliti pada suatu populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis fakta data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Sedangkan tipe korelasional bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih (Arikunto, 2013). Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Teknik yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Jenis *Purposive Sampling* merupakan teknik dimana peneliti membuat kriteria khusus terhadap subjek penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan

digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Fraenkel & Wallen (dalam Amirullah, 2015) yang menyarankan bahwa minimum sampel dalam penelitian korelasional sebanyak 50 sampel. Oleh karena itu peneliti memutuskan mengambil sampel dari populasi penelitian sebanyak 100 responden.

Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu : - mahasiswa aktif Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, - Laki-laki dan perempuan, - Usia 18 - 25 tahun, - memiliki akun instagram, - pengguna aktif media sosial instagram (kurang lebih 3xsehari), - suka upload foto/video serta status, - pernah merasa iri saat melihat postingan orang lain.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diuji, yaitu variabel bebas (X) berupa kepercayaan diri dan variabel terikat (Y) rasa iri. Kepercayaan diri adalah suatu cara pandang individu mengenai dirinya secara positif yang diartikan bahwa individu yakin akan kemampuan yang dimiliki serta tidak mudah terpengaruh oleh orang lain, gembira, toleran dan dirinya mampu bersikap sesuai dengan kehendaknya, optimis serta bertanggung jawab. Rasa iri adalah emosi yang tidak menyenangkan, ditandai perasaan rendah diri, kebencian yang disebabkan oleh kemampuan atau barang yang dimiliki orang lain melebihi kemampuan diri sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan *g-form*

yang dibagikan ke seluruh mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jawaban pada skala likert yang digunakan terdiri dari lima jawaban yaitu sangat tidak sesuai (STS), tidak sesuai (TS), kurang sesuai (KS), sesuai (S), sangat sesuai (SS). Kemudian pemberian jawaban skor terhadap jawaban dilakukan dengan mempertimbangkan jenis aitem favorabel dan unfavorabel.

Kategori Respon	Favo rable	Unfavo rable
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Kurang Sesuai (KS)	3	3
Sesuai (S)	4	2
Sangat Sesuai (SS)	5	1

Pada penelitian ini dilakukan terlebih dahulu uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang didapat terdistribusi dengan normal atau tidak dengan menggunakan *kolmogrov smirnov* dengan syarat $p > 0,05$. Uji linieritas dilakukan bertujuan untuk melihat apakah kedua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak dengan melihat nilai deviation from linearity $sig > 0,05$. Setelah itu dilakukan uji korelasional untu mengetahui apakah ada hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram. Analisa data pada penelitian ini menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25 for windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Akan tetapi, tidak semua mahasiswa dijadikan subjek penelitian. Hal ini dikarenakan jumlah mahasiswa yang terlalu banyak. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120 mahasiswa yang memiliki kriteria sesuai dengan yang ditentukan oleh peneliti.

Sebelum melakukan uji korelasi, peneliti melakukan uji asumsi terlebih dahulu untuk memastikan bahwa data yang diuji menggunakan uji parametrik. Uji asumsi yang dilakukan terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
RI	,070	120	,200	,986	120	,
KD	,075	120	,097	,969	120	,

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan *lilliefors significance correction* didapatkan dari nilai signifikansi *kolmogrov-smirnov* sebesar 0,200 untuk skala rasa iri dan 0,097 untuk skala kepercayaan diri. Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (p) pada variabel rasa iri dan kepercayaan diri memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel terdistribusi dengan normal.

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
RI *	Between Groups	(Combined)	5339,469	51	104,695	2,026	,003
KD	Groups	Linearity	1653,244	1	1653,244	31,997	,000
		Deviation from Linearity	3686,226	50	73,725	1,427	,086
Within Groups			3513,456	68	51,668		
Total			8852,925	119			

Berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,086 pada nilai *deviation from linearity*. Hal ini menunjukkan bahwa $p > 0,05$ ($0,086 > 0,05$) maka dapat diartikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linier.

		RI	KD
RI	Pearson Correlation	1	-,432
	Sig. (2-tailed)		,000
KD	Pearson Correlation	-,432	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
N		120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang dapat diartikan bahwa ada hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri.

Diketahui bahwa nilai korelasi antara kedua variabel sebesar $-0,432^{**}$, terdapat tanda negatif yang berarti nilai korelasi bernilai negatif atau dapat dikatakan hubungan yang negatif, maka dapat disimpulkan jika rasa iri meningkat maka kepercayaan diri menurun begitu pula sebaliknya. Korelasi hubungannya bernilai 0,432 yang berada pada rentang nilai

0,41-0,60 dapat diartikan bahwa korelasi hubungannya berada pada kategori sedang.

Kategorisasi	Batas Nilai	Jumlah Subjek	Presentase
Tinggi	>81	15	12,5%
Sedang	51 – 81	104	86,7%
Rendah	< 51	1	0,8%
Total		120	100%

Berdasarkan uji kategorisasi yang telah dilakukan, diperoleh hasil kategori pada skala rasa iri sebanyak 0,8% mahasiswa memiliki tingkat rasa iri yang rendah, sebanyak 86,7% mahasiswa memiliki tingkat rasa iri sedang dan 12,5% memiliki tingkat rasa iri yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram memiliki tingkatan rasa iri dengan presentase sedang, yang dapat diartikan bahwa mereka terkadang masih belum bisa mengendalikan rasa irinya terhadap orang lain diinstagram, seperti masih suka membandingkan dirinya dengan orang lain, merasa tidak suka dengan prestasi atau pencapaian yang didapat oleh orang lain, dan menginginkan hal-hal seperti yang didapatkan oleh orang lain.

Kategorisasi	Batas Nilai	Jumlah Subjek	Presentase
Tinggi	>88	29	24,2%
Sedang	56 – 88	75	62,5%
Rendah	< 56	16	13,3%
Total		120	100%

Berdasarkan uji kategorisasi yang telah

dilakukan pada skala kepercayaan diri diperoleh hasil kategori sebanyak 13,3% mahasiswa memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah, 62,5% mahasiswa memiliki tingkat kepercayaan diri yang sedang dan 24,2% memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram memiliki tingkatan kepercayaan diri dengan presentase sedang, yang dapat diartikan bahwa mereka terkadang yakin pada kemampuan dirinya tetapi terkadang masih belum yakin pada kemampuan dirinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ada hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram
2. Hubungan antara kepercayaan diri dengan rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram memiliki hubungan yang termasuk kedalam kategori sedang dengan rentang (0,41-0,60)
3. Adanya hubungan yang berlawanan antara kepercayaan diri dengan

rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram yang memiliki hubungan negative

4. Kategorisasi rasa iri pada mahasiswa ubhara jaya di dominasi oleh kategori sedang dan kepercayaan diri di dominasi kategori sedang.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa ubhara jaya pengguna media sosial instagram hendaknya mampu mengontrol dirinya ketika melihat postingan orang lain agar tidak menurunkan rasa kepercayaan dirinya
2. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya diharapkan kedepannya dapat memberikan edukasi terkait penggunaan media sosial
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor lain yang memiliki hubungan dengan rasa iri pada pengguna media sosial instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Fotografi pada komunitas Fotografi Pekanbaru. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau: Jurnal Fisip. Volume 2, No 2.

Adrison, L., & Ramdhani, N.(2014). Why you and not me? Expressions of envy in Sweden and Indonesia. *International Journal of Research Studies in Psychology*. Volume 3, No 3, 43-65.

Amirullah. (2015). POPULASI DAN SAMPEL. In *Metode penelitian manajemen*(p. 76). Bayumedia Publishing Malang.

APJII [Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia]. (2018). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Apjii. Retrieved from www.apjii.or.id.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chou, H.-T.G., & Edge, N. (2012) "They are happier and having better lives than i am": Tthe impact of using Facebook on

- perceptions of others" lives. *Cyberpsychology, Behavior, and social networking*, 15(2), 117-121.
- Cohen-Charash, Y. (2009) Episodic envy. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Facebook : A Hidden Threat to Users „Life Satisfaction? 1- 16.
- Faturochman. (2006). Iri dalam Relasi Sosial. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada: *Jurnal Psikologi*. Volume 33, No. 1, 1-16.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. S. (2010). Teori-Teori Psikologi. Cetakan I. Yogyakarta: Ar-Ruzz
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2013). What we Instagram. *Frontiers of Mathematics in China*, 12(1), 247–260.
- Kesi, S., Hartati, R., Syaf, A. (2019). Kepuasan Hidup dengan Iri pada Remaja Pengguna Sosial Media. Fakultas Psikologi Universitas Abdurrab: *Psychopolytan jurnal psikologi*, volume 3, No. 1-7.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013) Envy on
- Lauster, P. 2006. *Tes Kepribadian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Napoleon Cat. (2020). Data pengguna instagram di indonesia januari 2020. <https://napoleoncat.com>.
- Putra, J.S. (2018). “Peran syukur sebagai moderator pengaruh perbandingan sosial terhadap self-esteem pada pengguna media sosial”. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*. Volume 3, No 2, Hal : 197-210.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Valenza, joyce kasman. (2014). Pengertian Media Sosial menurut para ahli. <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-> menurut-para-ahli.html(Diakses 6 April 2021). Volume 39, No 9, Halaman 2128-2173.

