

Bab III

SECOND ACCOUNT INSTAGRAM : KECEMASAN BERKOMUNIKASI, KONSEP DIRI, DAN TEMUAN PERILAKU PENGGUNA

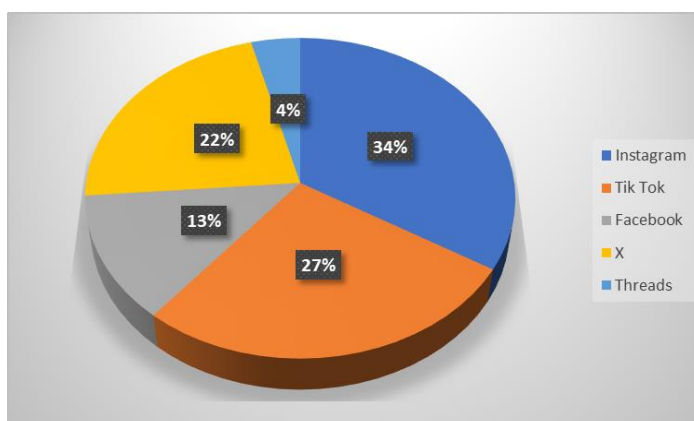
Data temuan penelitian ini berisi uraian deskripsi tentang data yang dilakukan terhadap 100 orang responden sesuai dengan kriteria sampel, yaitu laki-laki dan perempuan, umur 18-24 tahun, memiliki *second account* Instagram, memiliki unggahan pada *first account* Instagram.

3.1 Media Sosial Habit Responden

3.1.1 Media Sosial yang Dimiliki

Penelitian ini meneliti Penggunaan *Second Account* Instagram, maka dari itu peneliti perlu memastikan Instagram menjadi media sosial yang digunakan oleh seluruh responden. Seluruh responden menunjukkan bahwa Instagram adalah salah satu media sosial yang mereka miliki, bahkan menjadi media sosial urutan teratas. Hal ini didorong dari pembaharuan Instagram secara terus-menerus, menciptakan banyak fitur baru yang belum dimiliki oleh *platform* lainnya.

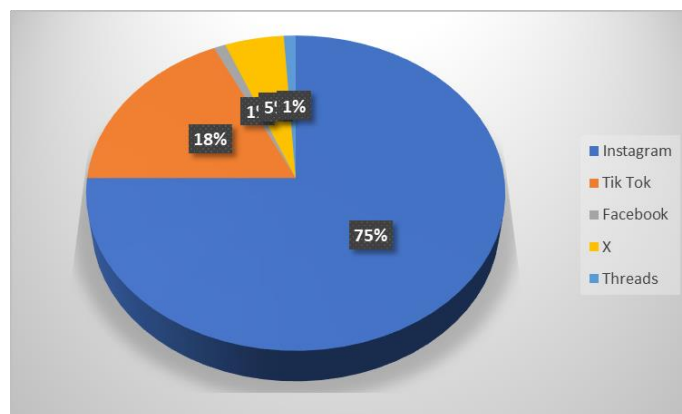
Diagram 3.1 Media Sosial Responden



3.1.2 Media Sosial Sering Digunakan

Melalui pengumpulan data oleh peneliti didapati bahwa Instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan oleh sebagian besar para responden, artinya Instagram telah menjadi media sosial utama dalam keseharian. Kemampuan beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi serta kebebasan akses berbagai fitur dalam satu *platform* mendorong Instagram dijadikan responden sebagai media sosial yang sering digunakan daripada *platform* lainnya.

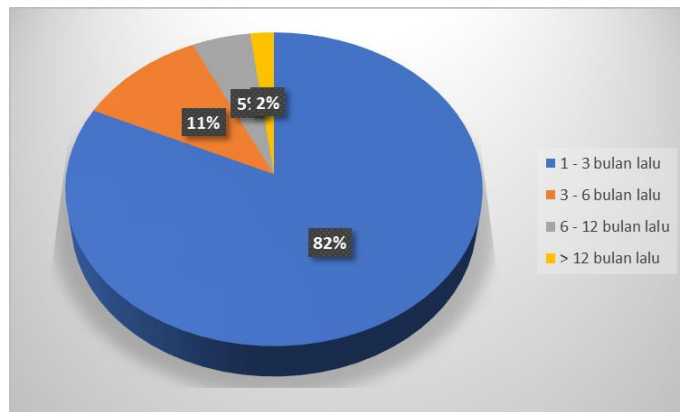
Diagram 3.2 Media Sosial Sering Digunakan



3.1.3 Mulai Menggunakan *Second Account*

Penelitian ini berfokus pada penggunaan *second account* oleh responden, riset yang dilakukan kepada 100 responden menunjukkan bahwa mayoritas atau 82 persen telah menggunakan fitur *second account* dari Instagram lebih dari 12 bulan yang lalu. Ini dorong pengalaman psikologis yang dialami; ketidaknyamanan menampilkan sisi diri pada *first account*, *fear of missing out* karena teman sekitar menggunakan *second account* dan lainnya.

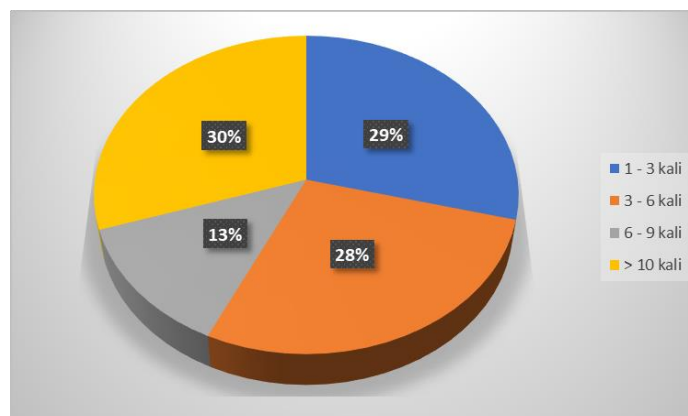
Diagram 3.3 Mulai Menggunakan *Second Account*



3.1.4 Intensitas Mengunggah Konten di *Second Account*

Berdasarkan perolehan data, responden yang membagikan konten lebih dari sepuluh kali dalam sebulan berada pada urutan teratas, hal ini didorong oleh banyak aktivitas yang ingin dibagikan oleh responden kepada teman-teman dekat yang ada di *second account* miliknya, selain itu konten gambar dan video di *second account* Instagram juga akan tersip dengan rapi dan dapat dilihat kembali sehingga tidak mengurangi ruang memori *smartphone* yang dimiliki oleh responden.

Diagram 3.4 Intensitas Unggahan Konten pada *Second Account* Setiap Bulan



3.2 Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas menggunakan korelasi Pearson pada *software* SPSS 26 dengan membandingkan hasil setiap item kuesioner dengan hasil keseluruhan. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui keabsahan suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian. Valid atau tidaknya instrumen penelitian dapat dilihat apabila nilai *r*-hitung lebih besar dari nilai *r*-tabel. Pada penelitian ini, jumlah sampel (*N*) yang digunakan adalah 100 responden dengan nilai tabel *two tailed* sebesar 0,195. Oleh karenanya, apabila *r*-hitung lebih besar dari 0,195 maka kuesioner dianggap valid, dan apabila nilai *r*-hitung lebih kecil dari 0,195 maka kuesioner yang digunakan dianggap tidak valid. Hasil dari uji validitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini.

3.2.1 Uji Validitas Kecemasan Berkomunikasi (X1)

Pengujian validitas pada keseluruhan variabel dilakukan dengan menguji pada seluruh item pernyataan. Di bawah ini merupakan hasil dari pengujian validitas yang dilakukan pada variabel kecemasan berkomunikasi.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kecemasan Berkomunikasi (X1)

Item Pertanyaan	R hitung	R Diagram	Keterangan
X1.1	0,319	0,195	Valid
X1.2	0,421	0,195	Valid
X1.3	0,654	0,195	Valid
X1.4	0,752	0,195	Valid
X1.5	0,652	0,195	Valid
X1.6	0,622	0,195	Valid
X1.7	0,334	0,195	Valid
X1.8	0,563	0,195	Valid

X1.9	0,683	0,195	Valid
X1.10	0,710	0,195	Valid
X1.11	0,679	0,195	Valid
X1.12	0,768	0,195	Valid
X1.13	0,747	0,195	Valid
X1.14	0,783	0,195	Valid
X1.15	0,585	0,195	Valid
X1.16	0,748	0,195	Valid
X1.17	0,602	0,195	Valid
X1.18	0,686	0,195	Valid
X1.19	0,722	0,195	Valid
X1.20	0680	0,195	Valid
X1.21	0,459	0,195	Valid

Tabel 3.1 merupakan hasil uji validitas terhadap variabel kecemasan berkomunikasi (X1) yang menampilkan bahwa keseluruhan item pernyataan mempunyai nilai r-hitung lebih besar dari r-tabelnya, yang berarti bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan **valid**.

3.2.2 Uji Validitas Konsep Diri (X2)

Uji validitas dilakukan pada variabel dengan menguji tiap item pernyataan. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel norma subjektif dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konsep Diri (X2)

Item Pertanyaan	R hitung	R Diagram	Keterangan
X2.1	0,669	0,195	Valid

X2.2	0,635	0,195	Valid
X2.3	0,596	0,195	Valid
X2.4	0,710	0,195	Valid
X2.5	0,284	0,195	Valid
X2.6	0,547	0,195	Valid
X2.7	0,414	0,195	Valid
X2.8	0,451	0,195	Valid
X2.9	0,646	0,195	Valid
X2.10	0,712	0,195	Valid
X2.11	0,647	0,195	Valid

Hasil uji validitas terhadap variabel konsep diri (X2) yang ditunjukkan pada tabel 3.2 memperlihatkan bahwa keseluruhan item memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabelnya, sehingga disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan **valid**.

3.2.1. Uji Validitas Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram (Y)

Uji validitas dilakukan pada variabel dengan menguji tiap item pernyataan. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel penggunaan *second account* Instagram dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Intensitas Penggunaan Second Account Instagram (Y)

Item Pertanyaan	R hitung	R Diagram	Keterangan
Y.1	0,631	0,195	Valid
Y.2	0,760	0,195	Valid
Y.3	0,842	0,195	Valid
Y.4	0,825	0,195	Valid

Y.5	0,726	0,195	Valid
Y.6	0,680	0,195	Valid
Y.7	0,672	0,195	Valid

Hasil uji validitas pada variabel intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y) memperlihatkan bahwa keseluruhan item pernyataan yang digunakan memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabelnya, sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan **valid**.

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah proses pengukuran melalui kuesioner dapat diandalkan atau dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Melalui tahap ini, kuesioner akan dievaluasi untuk menguji kepercayaan atau reliabilitasnya. Selain itu, uji reliabilitas diterapkan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat memberikan hasil yang konsisten sehingga kuesioner tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian.

Untuk menguji nilai reliabilitas kuesioner, penelitian ini menggunakan dasar nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap variabel penelitian. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten, jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Sebaliknya, jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6$, instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items	Deskripsi
0,925	22	Reliabel
0,782	11	Reliabel
0,859	7	Reliabel

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut, dapat diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan dalam kuesioner memiliki *Cronbach's Alpha* yang lebih besar daripada nilai 0,6 yang berarti bahwa seluruh pertanyaan instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel.

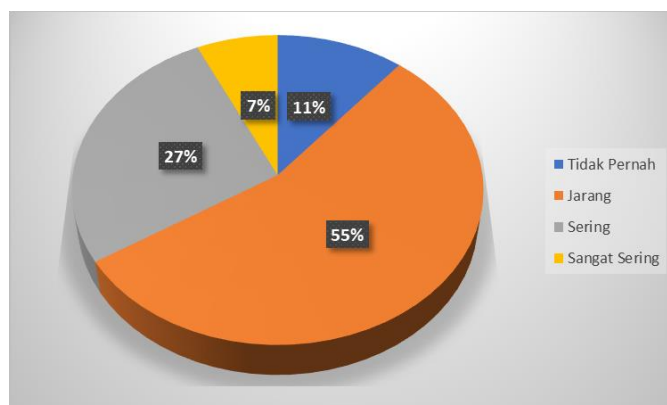
3.4 Kecemasan Berkomunikasi di Media Sosial

Variabel kecemasan berkomunikasi dalam penelitian ini melalui beberapa indikator, yaitu selektif dengan kehadiran *followers* baru, merasa kurang percaya diri, penuh prasangka terhadap pengguna lain, munculnya perasaan *overthinking* terhadap para pengguna, dan kekhawatiran terhadap komentar atau tanggapan yang menyudutkan. Berikut adalah data yang dihasilkan melalui pertanyaan-pertanyaan mengenai indikator kecemasan berkomunikasi di media sosial.

3.4.1 Interaksi dengan *Followers* Baru

Interaksi dengan *followers* baru dapat membangun kedekatan sesama pengguna, maka dari itu responden menanyakan apakah responden berinteraksi dengan *followers* baru di Instagram miliknya. Berikut adalah data yang didapati :

Diagram 3.5 Interaksi dengan *Followers* Baru



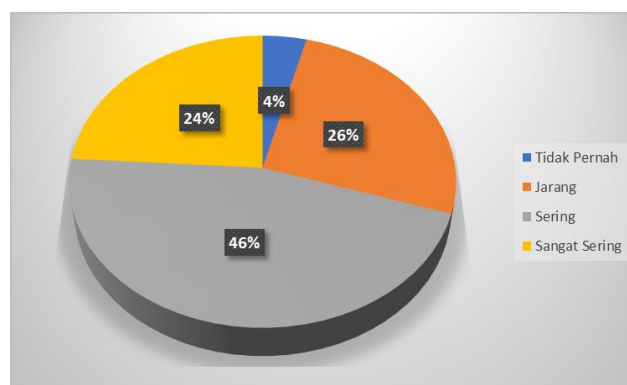
Ternyata setengah dari responden hanya sesekali berinteraksi dengan *followers* baru di akun Instagram miliknya. Interaksi yang dimaksud dapat berupa mengirimkan pesan melalui *direct message*, *like* postingan atau memberikan *comment*. Frekuensi interaksi yang rendah ini dapat didorong oleh kurangnya pengetahuan akan identitas

followers baru, tidak memiliki kepentingan satu sama lain dan lainnya sehingga membuat sebagian besar mereka jarang berinteraksi. Namun walau demikian, masih terdapat responden yang sering berinteraksi dengan *followers* baru miliknya.

3.4.2 Menyembunyikan Diri dari Lingkungan *Online*

Berikut data yang menyajikan hasil penilaian responden berkaitan dengan seberapa sering mereka merasa perlu menyembunyikan diri dari lingkungan *online*.

Diagram 3.6 Responden Menyembunyikan Diri dari Lingkungan *Online*

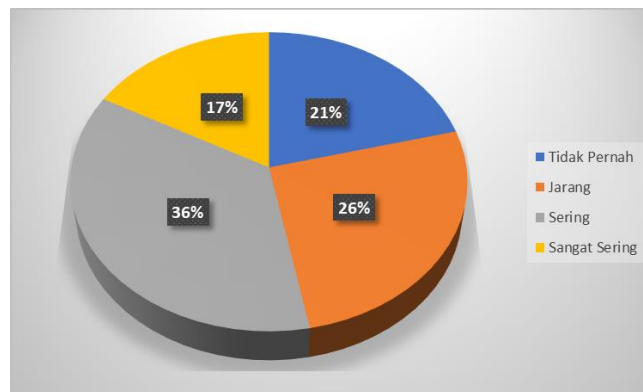


Menjawab pertanyaan terkait tingkat kepercayaan diri responden, didapat data ternyata mayoritas responden sering membutuhkan waktu rehat dari lingkungan *online* dengan cara menyembunyikan diri. Menyembunyikan diri ini mencakup tindakan tidak aktif di akun media sosial, menggunakan akun anonim, menghindari interaksi atau menyembunyikan informasi pribadi agar tidak mudah diakses.

3.4.3 Melakukan *Cross Check* Keaslian Akun Pengikut Baru

Data sebelumnya telah menunjukkan bahwa responden tahu akun pengikut baru miliknya asli atau palsu, kemudian peneliti menanyakan kembali apakah responden melakukan *cross check* pada akun tersebut untuk mendapatkan kesimpulan akhir terkait keaslian akun. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.7 Responden Melakukan *Cross Check* Keaslian Akun Pengikut Baru

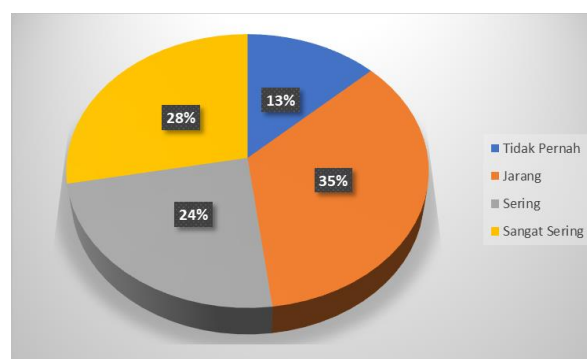


Melalui data didapatkan bahwa beberapa responden sering melakukan *cross check* pada akun pengikut untuk dapat menyimpulkan bahwa akun tersebut adalah akun asli bukan *scam*. Namun adapula yang memang tidak pernah cek keaslian dari pengikut baru yang mereka miliki.

3.4.4 Membandingkan Diri dengan Pengguna Lain

Menggali kepercayaan diri responden lebih dalam, peneliti menanyakan kepada responden apakah responden membandingkan diri dengan pengguna lain di Instagram miliknya. Didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.8 Responden Membandingkan diri dengan Pengguna Lain



Sebagian besar responden ternyata memiliki kecenderungan membandingkan diri dengan pengguna lain, artinya responden merasa kurang percaya diri dengan dirinya sendiri. Meskipun terdapat juga beberapa responden yang jarang bahkan tidak

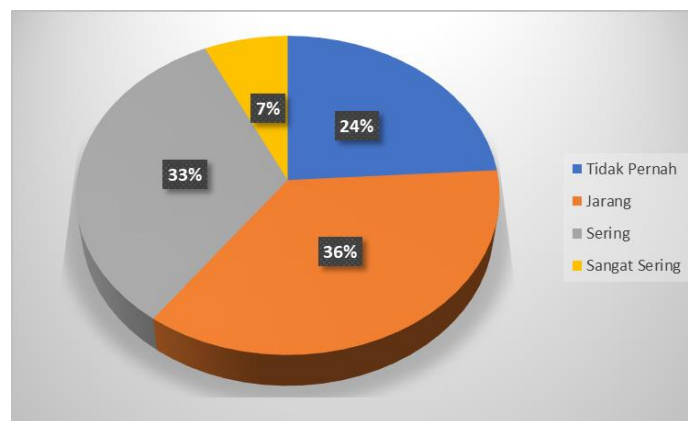
pernah membandingkan diri, persentasi responden yang membandingkan diri dengan pengguna lain didapat lebih besar.

3.4.5 Menilai Permintaan Akun Baru sebagai Ancaman

Jawaban atas pertanyaan ini digunakan untuk menjawab apakah responden penuh prasangka terhadap pengguna lain, peneliti memberikan pertanyaan terkait penilaian responden terhadap permintaan akun baru merupakan sebuah ancaman.

Berikut data yang didapatkan :

Diagram 3.9 Responden Menilai Permintaan Akun Baru sebagai Sebuah Ancaman

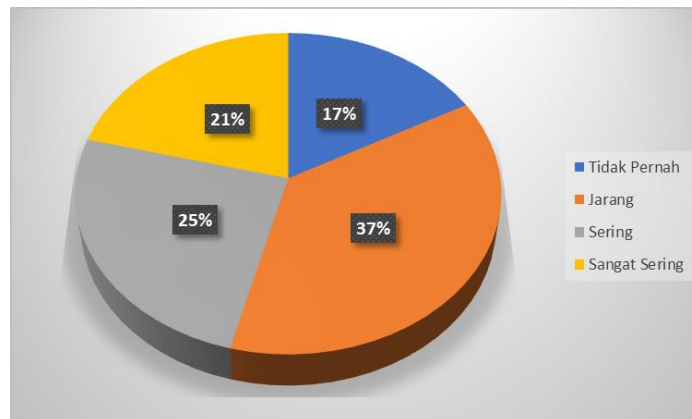


Didapati jawaban responden yang hampir tidak pernah melihat bahwa permintaan akun baru sebagai sesuatu yang berbahaya berada pada urutan teratas, tetapi dari perolehan data ini juga terdapat responden yang beberapa kali berpikir bahwa akun baru itu mungkin berpotensi menipu, meretas atau membawa risiko keamanan lainnya. Jawaban responden ini dapat dipengaruhi pengalaman responden dalam menerima permintaan akun baru.

3.4.6 Menghindari Pengguna Lain yang Tidak Pernah Berinteraksi

Berikutnya hasil data yang didapat dari 100 responden :

Diagram 3.10 Responden Menghindari Pengguna Lain yang Tidak Pernah Berinteraksi

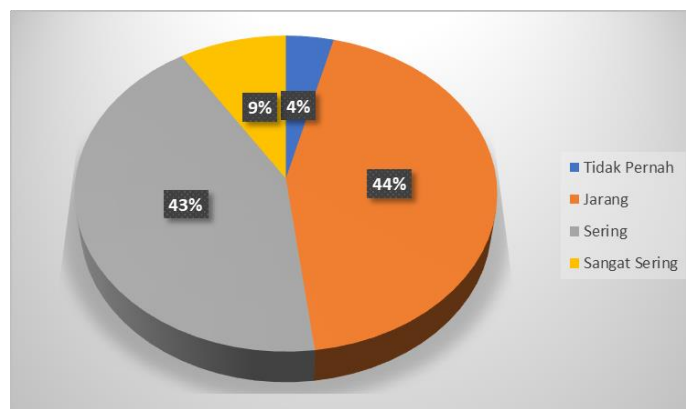


Sepertiga responden dalam pertanyaan kedua hampir tidak pernah secara sengaja menghindari hubungan dengan pengguna lain di Instagram miliknya, meskipun belum pernah berinteraksi sebelumnya. Menghindari yang dimaksudkan dapat berupa mengabaikan pesan atau menolak permintaan pertemanan. Hal ini didorong pengetahuan responden terkait keaslian akun tersebut, bahkan telah melakukan *cross check* maka responden telah merasa lebih aman.

3.4.7 Memberikan Tanggapan atau Komentar pada Unggahan di Media Sosial

Pertanyaan ketujuh ini peneliti menanyakan kepada responden apakah responden sering memberikan tanggapan atau komentar pada unggahan di media sosial khususnya Instagram. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut.

Diagram 3.11 Responden Memberikan Tanggapan atau Komentar terhadap Unggahan di Media Sosial

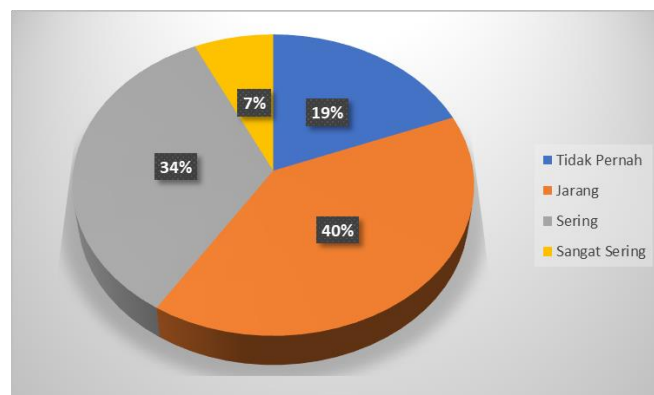


Jawaban teratas menunjukkan bahwa responden hampir tidak pernah memberikan komentar terhadap unggahan di Instagram, namun banyak pula (44 responden) yang sering memberikan komentar pada unggahan orang lain. Aktif memberikan tanggapan pada unggahan orang lain dipengaruhi kedekatan para pengguna, kepentingan dan lain sebagainya.

3.4.8 Membentuk Grup atau Kelompok Tertutup di Media Sosial

Berikut data yang menyajikan hasil dari pertanyaan apakah responden sering membentuk grup atau kelompok tertutup di media sosial :

Diagram 3.12 Responden Membentuk Grup atau Kelompok Tertutup di Media Sosial

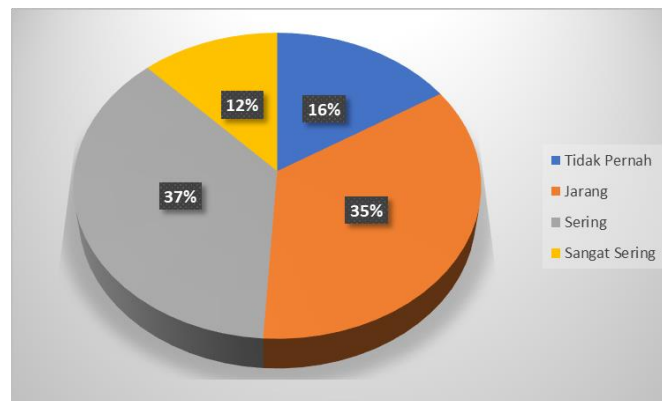


Mayoritas responden menjawab bahwa mereka hampir tidak pernah membuat grup atau komunitas eksklusif di platform tersebut. Kelompok tertutup di Instagram biasanya memiliki akses terbatas, dimana hanya anggota tertentu yang dapat bergabung dan melihat isi grup. Ini artinya, mayoritas responden jarang terlibat dalam pembentukan kelompok tertutup yang bersifat pribadi di Instagram. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri angka responden yang mengaku sering membuat grup juga berada pada urutan kedua teratas, ini menunjukkan adanya kepentingan dari responden membentuk grup tertutup bersama teman dekatnya.

3.4.9 Memiliki Kecurigaan pada Pengguna Lain di Media Sosial

Berikutnya pada pertanyaan kesembilan, peneliti menanyakan apakah responden sering memiliki kecurigaan pada pengguna lain di media sosial. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.13 Responden Memiliki Kecurigaan pada Pengguna Lain di Media Sosial

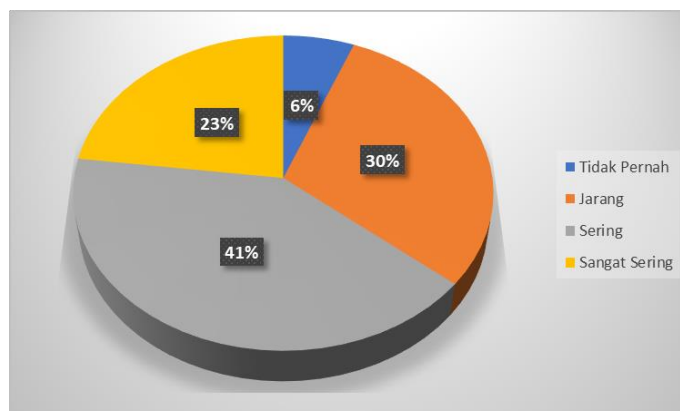


Responden sering menaruh kecurigaan pada pengguna lain, ini didorong pengalaman responden dalam menggunakan media sosial. Hal ini pula yang mendorong tindakan responden sering melakukan *cross check* terhadap pengikut baru miliknya dan memastikan akun pengikut baru miliknya asli.

3.4.10 Khawatir Berlebih tentang Konten Unggahan

Berikutnya hasil data yang didapat dari 100 responden :

Diagram 3.14 Responden Khawatir Berlebih Terkait Konten Unggahannya

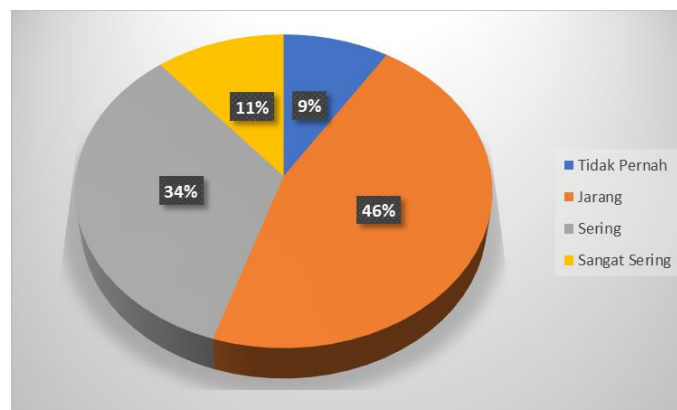


Menjawab tingkat kekhawatiran responden tentang unggahannya, ternyata jawaban yang diperoleh menunjukkan responden cemas atau terlalu memikirkan tentang apa yang mereka unggah menempati urutan teratas. Rasa cemas ini muncul bagaimana bila konten tersebut tidak diterima oleh orang lain, sehingga mendatangkan kritik atau dampak yang lebih besar. Kekhawatiran ini pula mendorong responden lebih berhati-hati dalam memilih konten yang akan dibagikan.

3.4.11 Berpikir Bahwa Interaksi dengan Pengguna Lain Membahayakan

Mengetahui lebih dalam terkait pikiran buruk terhadap pengguna lain, pertanyaan berikutnya peneliti menanyakan kepada responden apakah responden sering memikirkan bahwa interaksi dengan pengguna lainnya di Instagram dapat membahayakan. Hasilnya sebagai berikut :

Diagram 3.15 Responden Berpikir Interaksi dengan Pengguna Lain Membahayakan

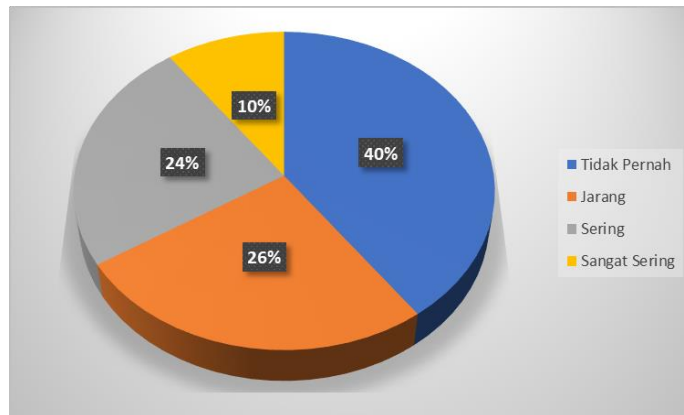


Ternyata responden cenderung tidak menganggap interaksi mereka dengan pengguna lain di Instagram sebagai sesuatu yang membahayakan, responden lebih santai dalam berinteraksi dengan pengguna lain di Instagram.

3.4.12 Khawatir Tentang Penurunan Jumlah *Followers* dan *Like* pada Instagram

Berikut data yang menyajikan hasil dari pertanyaan apakah responden sering khawatir dengan penurunan jumlah *followers* dan *like* akun Instagram miliknya

Diagram 3.16 Responden Khawatir Tentang Penurunan Jumlah *Followers* dan *Like* pada Instagram

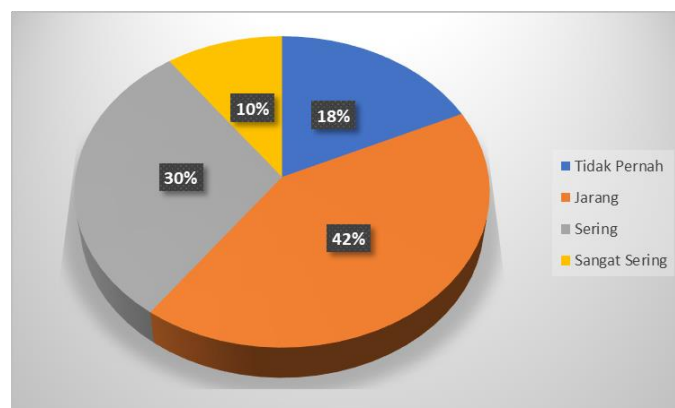


Dapat dilihat bahwa hampir setengah dari responden tidak khawatir atau teruskan dengan jumlah *followers* maupun *like* di akun Instagramnya menurun. Saat ini Instagram memang belum dilengkapi fitur untuk melihat secara langsung nama akun yang berhenti mengikuti, ini pula membuat responden tidak khawatir karena tidak mengetahui secara langsung nama pengikut yang berhenti mengikuti.

3.4.13 Berpikir Buruk Terkait Perilaku Pengguna Lain tanpa Dasar

Berikutnya hasil data yang didapat dari 100 responden :

Diagram 3.17 Responden Berpikir Buruk terkait Perilaku Pengguna Lain tanpa Dasar



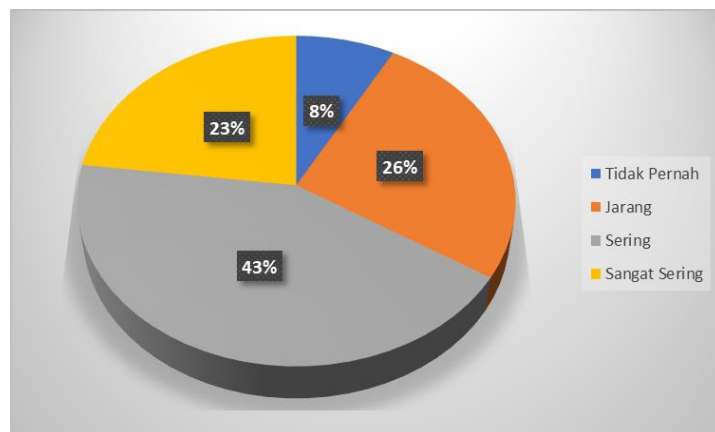
Menjawab pertanyaan mengenai apakah responden sering berpikiran buruk dengan pengguna lain di Instagram didapati data bahwa ternyata setengah responden hampir tidak pernah berprasangka negatif tanpa alasan jelas serta bukti yang kuat.

Melalui jawaban responden ini, dapat dilihat juga responden tidak terburu-buru memberikan nilai buruk tanpa fakta. Artinya, responden memberikan penilaian netral dan tidak menghakimi dengan sembarangan.

3.4.14 Khawatir Konten Apa yang Harus Diunggah di Profilnya

Berikutnya pada pertanyaan keduabelas, peneliti menanyakan apakah responden sering merasa khawatir konten apa yang harus diunggah di profil Instagram miliknya. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.18 Responden Khawatir Konten Apa yang Harus Diunggah di Profilnya



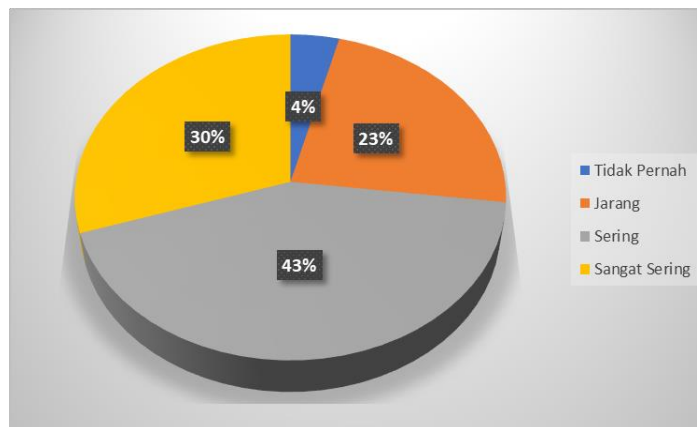
Responden kerap mengalami kebingungan memilih konten yang tepat untuk dibagikan di akun media sosial mereka. Kekhawatiran ini juga mencakup respon atas unggahan yang akan ditampilkan, responden khawatir pengikutnya tidak menerima dengan baik konten tersebut. Maka dari itu, responden sering mengalami kekhawatiran terkait konten yang akan diunggah pada akhirnya cukup selektif dalam memutuskan apa yang layak diunggah.

3.4.15 Menghabiskan Banyak Waktu Mengedit dan Menyaring Konten Sebelum Diunggah

Mengetahui lebih mendalam terkait kekhawatiran responden terhadap komentar menyudutkan pada unggahannya, selanjutnya peneliti menanyakan apakah responden

sering menghabiskan banyak waktu mengedit dan menyaring konten sebelum diunggah. memikirkan bahwa interaksi dengan pengguna lainnya di Instagram dapat membahayakan. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.19 Responden Menghabiskan Banyak Waktu Mengedit dan Menyaring Konten Sebelum Diunggah

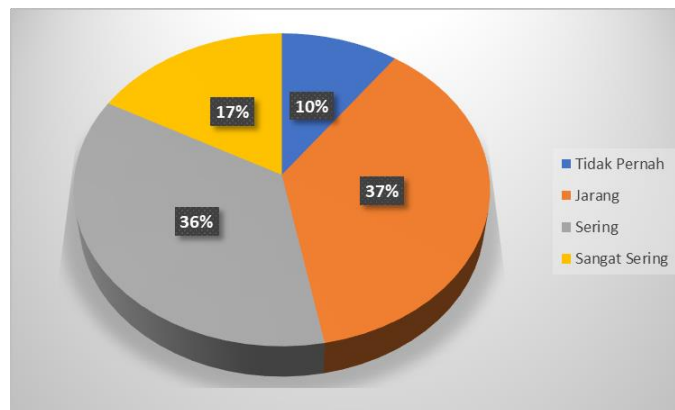


Ternyata responden kerap menghabiskan banyak waktu untuk menyaring serta mengedit konten sebelum diunggah di Instagramnya. Editan pada konten biasanya disesuaikan dengan standar, seperti kulit terlihat mulus, rambut tertata dengan bagus, memperlihatkan latar belakang yang memukau atau lain sebagainya. Maka dari itu, mayoritas responden memerlukan waktu yang lama dalam menyaring dan mengedit foto atau video untuk diunggah.

3.4.16 Menghapus Konten Unggahan karena Merasa Takut Reaksi Negatif

Berikutnya pada pertanyaan keempatbelas, peneliti menanyakan apakah responden sering menghapus konten unggahan karena merasa takut akan reaksi negatif. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.20 Responden Menghapus Konten Karena Merasa Takut Akan Reaksi Negatif dari Pengguna Lain

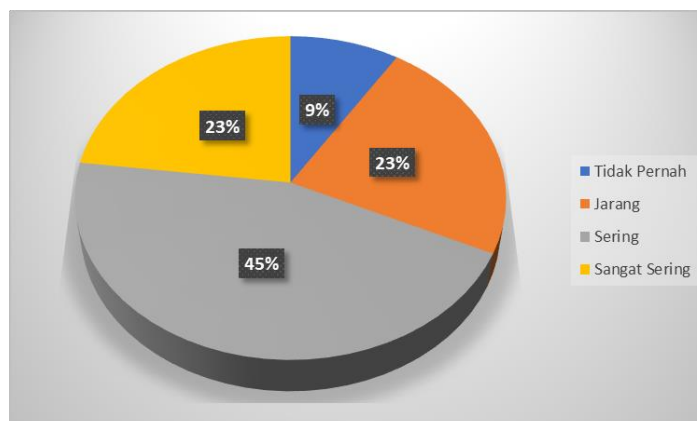


Menghabiskan banyak waktu untuk menyaring dan mengedit konten ternyata belum cukup meyakinkan bahwa konten yang diunggah menarik dan terbaik. Melalui kuesioner penelitian, peneliti menemukan responden sangat sering menghapus postingannya karena merasa takut mendapatkan respon negatif dari pengguna lain di Instagram. Rasa takut mendapatkan komentar tidak baik akan mengurangi kepercayaan diri setiap pengguna, maka dari itu mereka lebih memilih hapus konten unggahan daripada menerima respon negatif.

3.4.17 Memantau Komentar Masuk

Berikutnya hasil data yang didapat dari 100 responden :

Diagram 3.21 Responden Memantau Komentar Masuk

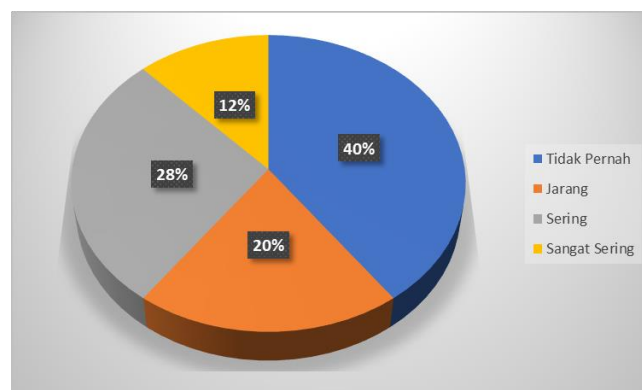


Komentar yang masuk menjadi perhatian besar bagi para responden, dibuktikan melalui data yang didapatkan oleh peneliti dimana hampir setengah responden terus memantau komentar yang masuk pada kolom postingan miliknya. Perhatian ini diberikan untuk mengantisipasi apabila terdapat komentar negatif, mereka dapat segera menghapusnya. Begitu juga sebaliknya, komentar positif yang diberikan oleh pengguna lain dapat dibalas dengan cepat oleh pengguna. Maka dari itu pengguna memberikan perhatian besar pada komentar yang masuk di profil miliknya.

3.4.18 Menghapus dan Menyembunyikan Komentar yang Dianggap Negatif

Setelah menanyakan perhatian responden terkait komentar yang masuk pada unggahannya, selanjutnya peneliti menanyakan apakah responden sering menghapus atau menyembunyikan komentar yang dianggap negatif di Instagram miliknya. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut.

Diagram 3.22 Responden Menyembunyikan dan Menghapus Komentar yang Dianggap Negatif

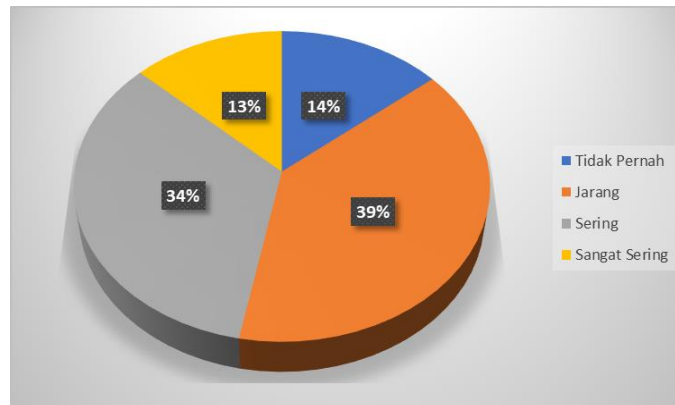


Ternyata responden sangat jarang bahkan tidak pernah menyembunyikan maupun menghapus komentar yang dianggap negatif, ini artinya responden tidak mendapatkan komentar negatif pada unggahnya maka dari itu tidak perlu menghapus komentar.

3.4.19 Merasa Tidak Puas dengan Konten yang Diunggah

Pada pertanyaan ketujuh belas, peneliti menanyakan kepada responden apakah responden sering merasa tidak puas dengan konten yang diunggah olehnya, berikut hasil data yang didapatkan :

Diagram 3.23 Responden Merasa Tidak Puas dengan Konten yang Diunggah

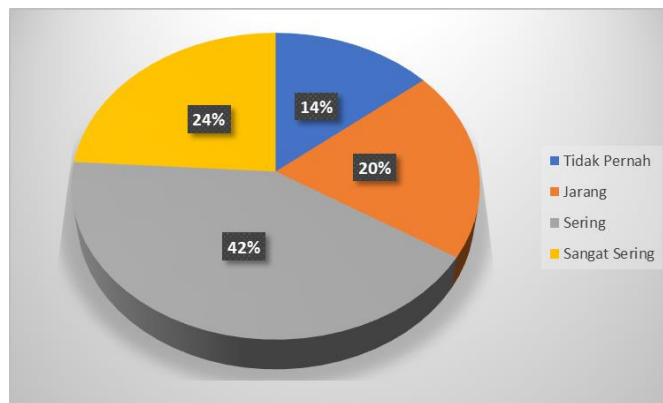


Dari sajian data di atas, menunjukkan bahwa responden hampir tidak pernah merasa tidak puas dengan konten yang diunggahnya. Ini sejalan dengan usaha yang dilakukan sebelum mengunggah konten pada Instagram miliknya yaitu menyaring dan mengedit konten sebaik mungkin hingga mencapai titik kepuasan sesuai keinginan responden. Maka dari itu, ketika konten diunggah tercapai kepuasan atas tampilan konten tersebut.

3.4.20 Berusaha Tampil Maksimal Agar Tidak Dicibir

Berikut data yang menyajikan hasil dari pertanyaan seberapa sering responden berusaha tampil maksimal di media sosial miliknya agar tidak dicibir :

Diagram 3.24 Responden Berusaha Tampil Maksimal Agar Tidak Dicibir

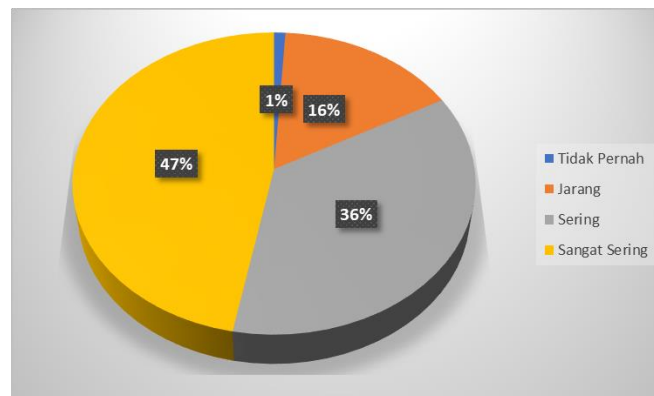


Tampilan di media sosial adalah salah satu hal penting bagi para pengguna Instagram, melalui tampilan yang menarik seseorang akan mendapatkan respon baik dari pengguna lain begitu pula sebaliknya. Maka dari itu pengguna Instagram akan berusaha tampil maksimal agar tidak dicibir, hal ini dibuktikan melalui data yang didapatkan oleh peneliti lebih dari setengah responden tampil maksimal agar tidak mendapatkan cibiran. Cibiran yang dimaksudkan dapat berupa respon secara langsung di kolom komentar, ataupun respon verbal. Hal ini membuat pengguna Instagram lebih berhati-hati lagi dalam memperlihatkan tampilan dirinya.

3.4.21 Mengemas Kata-Kata Sebelum Diunggah di Media Sosial

Pertanyaan sembilan belas sekaligus pertanyaan terakhir dalam variabel kecemasan berkomunikasi, peneliti menanyakan kepada responden apakah responden mengemas kata-kata sebelum diunggah di media sosial dan berikut hasil data yang didapatkan :

Diagram 3.25 Responden Mengemas Kata-Kata dengan Baik Sebelum Diunggah



Mengemas kata-kata sebelum diunggah sepertinya menjadi langkah wajib bagi responden, dari data dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden selalu mempersiapkan kata-kata untuk diunggah. Kata-kata ini dapat berupa *caption*, keterangan gambar dan video konten, komentar untuk postingan pengguna lain dan sebagainya. Kata demi kata yang dikemas oleh responden akan memperlihatkan bagaimana dirinya secara tidak langsung, maka dari itu responden sangat memperhatikan apa yang mereka ketik dan unggah mereka di media sosial.

Penilaian responden mengenai variabel Kecemasan Berkomunikasi (X1)

Indikator tersebut pun dijabarkan menjadi 21 butir pertanyaan menggunakan skala interval. Setiap pertanyaan memiliki skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Pada variabel ini, diterapkan metode penelitian sebagai berikut:

- Skor tertinggi = 4
- Skor terendah = 1

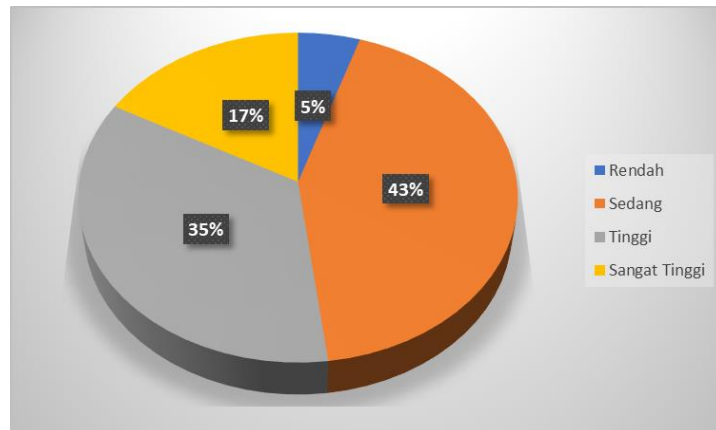
Berdasarkan metode penelitian tersebut, kelompok interval yang didapatkan adalah $(21 \times 4) - (21 \times 1) : 4 = 16$ sehingga skor dikategorisasikan menjadi:

- Skor 21 – 36 menunjukkan kecemasan berkomunikasi rendah
- Skor 37 – 52 menunjukkan kecemasan berkomunikasi sedang
- Skor 53 - 68 menunjukkan kecemasan berkomunikasi tinggi

- Skor 69 - 84 menunjukkan kecemasan berkomunikasi sangat tinggi

Diagram berikut merupakan hasil penelitian dari variabel kecemasan berkomunikasi di media sosial dengan penjelasan deskriptif di bawah ini:

Diagram 3.2.26 Kecemasan Berkomunikasi



Berdasarkan hasil penilaian Kecemasan Berkomunikasi di Media Sosial, mayoritas responden termasuk dalam kategori skor 37–52. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kecemasan berkomunikasi di media sosial cenderung sedang. Artinya, responden adalah orang-orang yang cukup memilih-milih *followers* baru yang dimiliki, kepercayaan dirinya mudah goyah karena suka membandingkan diri dengan pengguna lain, serta kerap menaruh rasa curiga dan berpikiran buruk kepada pengguna lain sehingga melakukan *cross check* pada *followers* dan memperhatikan unggahan miliknya.

3.5 Konsep Diri

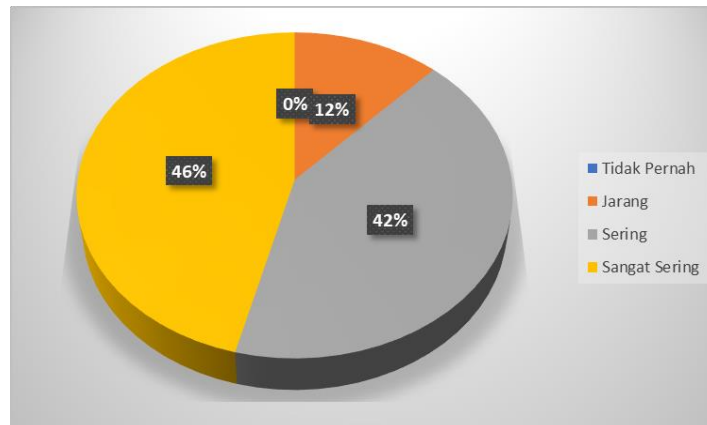
Variabel konsep diri dalam penelitian ini diukur melalui dua indikator yaitu citra diri dan harga diri. Indikator citra diri diukur melalui tiga pertanyaan. Berikut adalah data yang dihasilkan melalui pertanyaan-pertanyaan mengenai indikator konsep diri ;

3.5.1 Menghargai Setiap Keberhasilan Kecil yang Telah Diraih

Mengetahui bagaimana citra diri yang dimiliki oleh responden, pertanyaan pertama pada variabel ini peneliti menanyakan apakah responden sering

menghargai setiap keberhasilan kecil yang telah diraihinya. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.27 Responden Menghargai Setiap Keberhasilan Kecil yang Telah Diraih

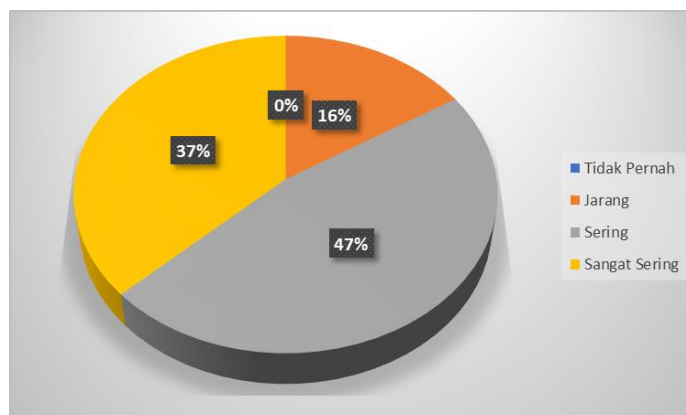


Mayoritas responden selalu menghargai keberhasilan kecil yang telah diraihinya, artinya responden memiliki citra diri yang positif sehingga dapat memberikan respon positif atas keberhasilan meskipun dalam skala kecil.

3.5.2 Berpikir Positif Tentang Dirinya

Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.28 Responden Berpikiran Positif Tentang Dirinya



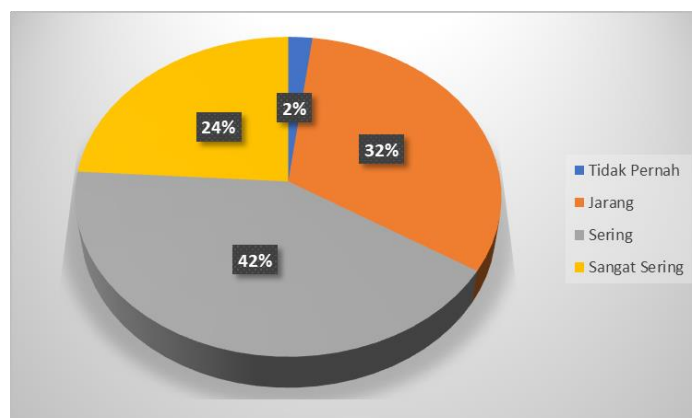
Memiliki pikiran positif tentang diri sendiri salah satu respon dari citra diri yang positif. Mayoritas responden menilai diri dengan cara yang baik yaitu berpikir positif.

terkait dirinya, hal ini menunjukkan bahwa responden menghargai dirinya. Sikap positif inilah yang dapat membangkitkan semangat lebih besar dalam diri.

3.5.3 Tidak Menyalahkan Diri Secara Berlebih Atas Kenyataan yang Tidak Sesuai Harapan

Setelah menanyakan pikiran positif responden tentang dirinya, lebih mendalam peneliti menanyakan seberapa sering responden menyalahkan dirinya atas kenyataan yang tidak sesuai harapan. Didapati data sebagai berikut ;

Diagram 3.29 Responden Tidak Menyalahkan Diri Secara Berlebihan Atas Kenyataan yang Tidak Sesuai Harapan

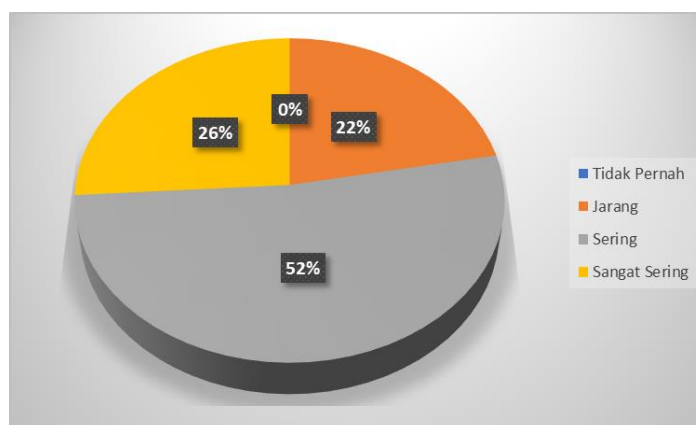


Dari sajian data di atas, hampir setengah dari responden tidak menyalahkan diri secara berlebihan atas kenyataan yang tidak sesuai harapan. Citra diri positif responden ini memberi arahan untuk menerima kenyataan tanpa harus menyalahkan siapapun, tentu ini memberi dampak baik. Selain itu, perolehan data ini juga mendukung data sebelumnya yaitu mayoritas responden berpikir positif terkait dirinya.

3.5.4 Mengendalikan Pikiran dengan Baik

Pertanyaan keempat peneliti menanyakan seberapa sering responden mengendalikan pikiran dengan baik dan berikut hasil data yang didapatkan :

Diagram 3.30 Responden Mengendalikan Pikirannya dengan Baik

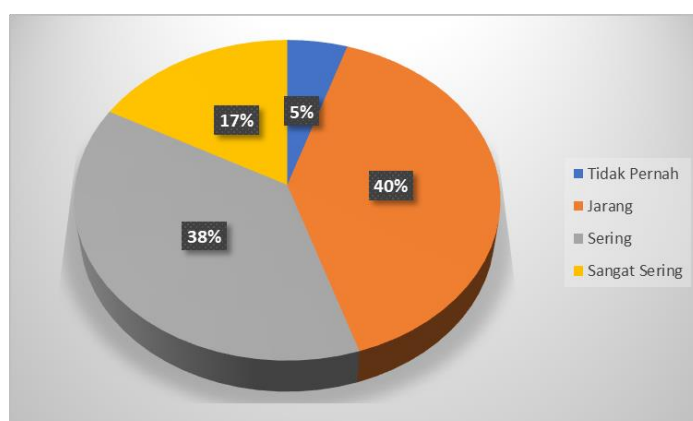


Responden dapat dengan baik mengendalikan pikirannya, sesuai dengan data yang tersaji bahwa ada lebih dari setengah responden mengaku bahwa mereka telah berhasil mengendalikan pikiran dengan baik. Pengendalian pikiran yang baik tentu membawa energi positif pada setiap diri responden, selain itu ini juga mendukung kenyataan bahwa hampir seluruh responden memiliki citra diri yang positif.

3.5.5 Tidak Tahan dengan Kritik Dari Orang Lain

Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.31 Responden Tidak Tahan Dengan Kritik Dari Orang Lain



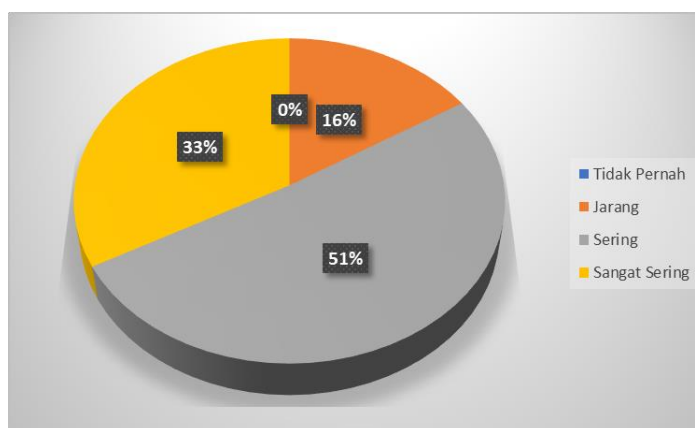
Dari sajian data di atas, dapat dilihat bahwa responden mampu menghadapi kritik dengan cukup baik. Mereka jarang merasa terganggu ketika menerima komentar negatif dari orang lain, sebaliknya responden cenderung lebih terbuka dan menerima

kritik sebagai suatu konstruktif artinya cukup baik dalam menghadapi penilaian dari orang lain.

3.5.6 Responsif Terhadap Pujian Orang Lain

Setelah menanyakan terkait sikap ketika responden menerima kritik dari orang lain, selanjutnya peneliti menanyakan seberapa sering responden responsif terhadap pujian dari orang lain. Berikut hasil perolehan data yang didapati :

Diagram 3.32 Responden Responsif Terhadap Pujian Dari Orang Lain

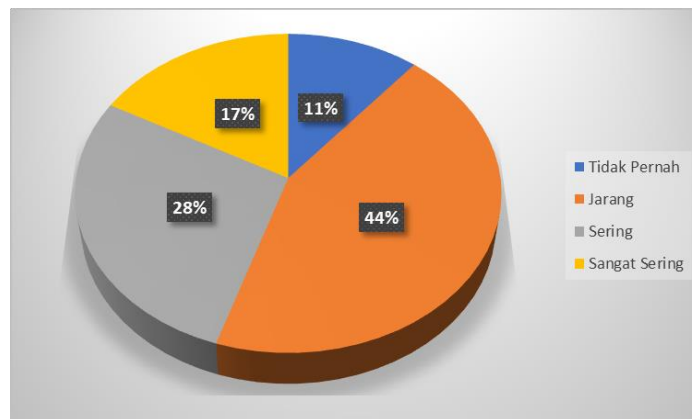


Responden selalu memberikan reaksi positif ketika menerima pujian. Hal ini menunjukkan citra diri yang positif dari responden. Selain itu, dengan pujian yang diberikan responden akan merasa lebih dihargai, percaya diri serta termotivasi. Sikap responsif dari responden memperlihatkan bahwa pujian memberikan dampak positif pada dirinya dan dapat memperkuat hubungan sosial dengan orang lain.

3.5.7 Mengetahui Bahwa Dirinya Tidak Disenangi Oleh Orang Lain

Berikut data yang menyajikan hasil dari pertanyaan seberapa sering responden mengetahui bahwa dirinya tidak disenangi oleh orang lain :

Diagram 3.33 Responden Mengetahui Bahwa Dirinya Tidak Disenangi Oleh Orang Lain

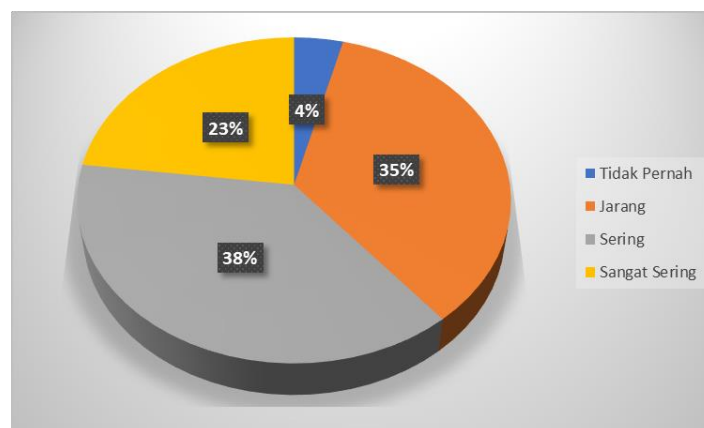


Menjawab pertanyaan mengenai pengetahuan bahwa dirinya tidak disenangi oleh orang lain, didapati bahwa responden umumnya kurang menyadari jika ada orang yang tidak menyukai dirinya. Hal ini bisa berarti responden cenderung tidak terlalu memikirkan energi negatif dari orang lain dan fokus pada interaksi positif.

3.5.8 Menarik Diri dari Persaingan Dengan Orang Lain

Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.34 Responden Menarik Diri dari Persaingan dengan Orang Lain



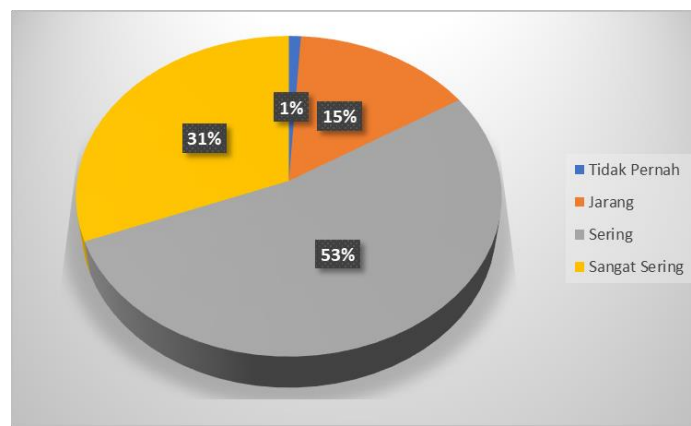
Dari sajian data di atas, dapat dilihat bahwa responden cenderung menghindari situasi kompetitif. Hal ini bisa menunjukkan sikap ketidaktertarikan pada perlombaan dengan tujuan membanding pencapaian, fokus dengan tujuan pribadi menjadi sikap yang lebih baik. Penarikan diri dari persaingan yang dilakukan oleh sebagian besar

responden ini menunjukkan citra diri positif, mereka lebih memilih melakukan kolaborasi daripada sebuah kompetisi.

3.5.9 Yakin dengan Kemampuan Diri

Mengetahui bagaimana harga diri yang dimiliki oleh responden, pertanyaan kesembilan variabel ini peneliti menanyakan seberapa sering responden yakin dengan kemampuan dirinya. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.35 Responden Yakin dengan Kemampuan Dirinya

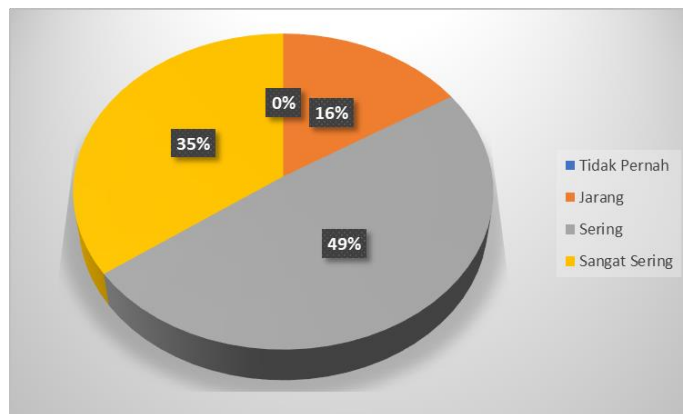


Lebih dari setengah responden memiliki rasa percaya diri dengan kemampuan dirinya. Responden melihat dirinya sebagai seseorang yang mampu menyelesaikan tantangan dengan baik, itulah mengapa hampir seluruh dari mereka sering dan selalu yakin dengan kemampuan dirinya.

3.5.10 Berpikir Positif pada Kelemahan Dirinya

Berikut data yang menyajikan hasil dari pertanyaan seberapa sering responden mengetahui bahwa dirinya tidak disenangi oleh orang lain :

Diagram 3.36 Responden Berpikir Positif pada Kelemahan Dirinya

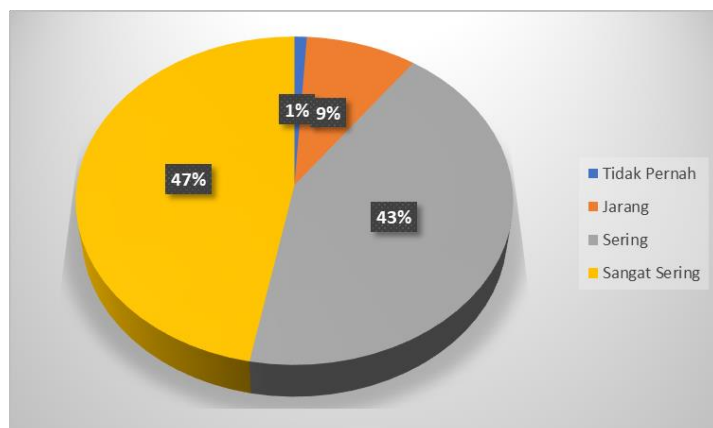


Setelah mendapatkan jawaban atas keyakinan responden pada dirinya, selanjutnya terdapat sajian data pikiran positif responden atas kelemahan yang dimiliki. Ternyata hampir seluruh responden menunjukkan sikap optimis dan konstruktif terhadap kekurangan dirinya. Responden tidak melihat kelemahan sebagai sebuah hambatan, tetapi sebagai kesempatan untuk berkembang dan memperbaiki diri sehingga dapat terus meningkatkan diri.

3.5.11 Berpikir Dirinya Berharga

Pertanyaan sebelas sekaligus pertanyaan terakhir variabel konsep diri, peneliti menanyakan kepada responden apakah responden berpikir dirinya berharga dan berikut hasil data yang didapatkan :

Diagram 3.37 Responden Berpikir Dirinya Berharga



Hasil berdasarkan sajian data menunjukkan bahwa hampir seluruh responden memiliki rasa harga diri yang kuat dan menilai positif dirinya. Hal ini berarti responden menghargai dan menyadari bahwa dirinya sangat penting untuk aspek kehidupan sosial, selain itu kepercayaan diri serta apresiasi yang diberikan pada diri sendiri mendorong responden termotivasi membangun hubungan baik dengan sesama.

Penilaian responden mengenai variabel Konsep Diri (X2)

Indikator tersebut pun dijabarkan menjadi 11 butir pertanyaan menggunakan skala interval. Setiap pertanyaan memiliki skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Pada variabel ini, diterapkan metode penelitian sebagai berikut:

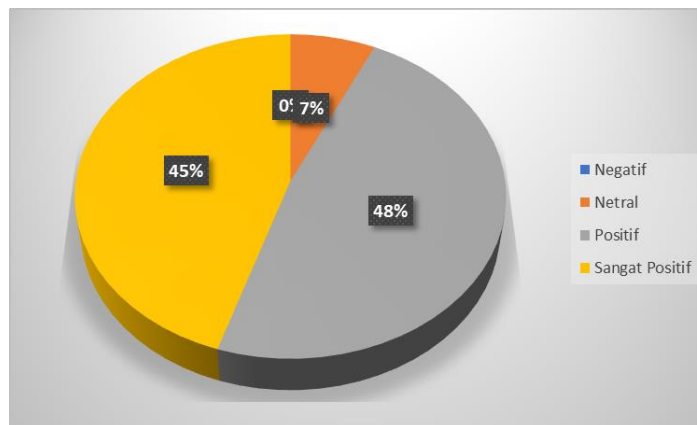
- Skor tertinggi = 4
- Skor terendah = 1

Berdasarkan metode penelitian tersebut, kelompok interval yang didapatkan adalah $(11 \times 4) - (11 \times 1) : 4 = 8$ sehingga skor dikategorisasikan menjadi:

- Skor 11 – 18 menunjukkan konsep diri negatif
- Skor 19 – 26 menunjukkan konsep diri netral
- Skor 27 - 34 menunjukkan konsep diri positif
- Skor 34 - 44 menunjukkan konsep diri sangat positif

Diagram berikut merupakan hasil penelitian dari variabel konsep diri dengan penjelasan deskriptif di bawah ini

Diagram 3.38 Konsep Diri



Berdasarkan hasil penilaian Konsep Diri, mayoritas responden termasuk dalam kategori skor 27–34. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsep diri responden cenderung positif. Artinya, responden memiliki citra diri dan harga diri yang baik meskipun dalam beberapa situasi memiliki keraguan.

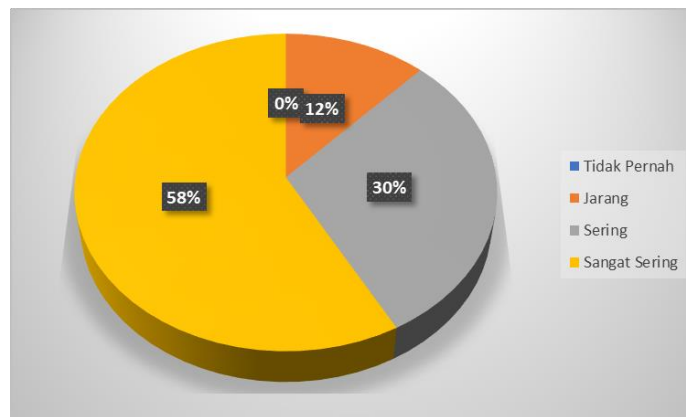
3.6 Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Variabel intensitas penggunaan *second account* Instagram diukur melalui tiga indikator, yaitu frekuensi, durasi, perhatian. Berikut adalah data yang dihasilkan melalui pertanyaan-pertanyaan mengenai indikator Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram:

3.6.1 Mengakses *Second Account* Instagram

Mengetahui bagaimana intensitas penggunaan *second account* Instagram oleh responden, pertanyaan pertama variabel ini peneliti menanyakan apakah responden sering mengakses *second account* Instagram miliknya. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.39 Responden Mengakses *Second Account* Instagram

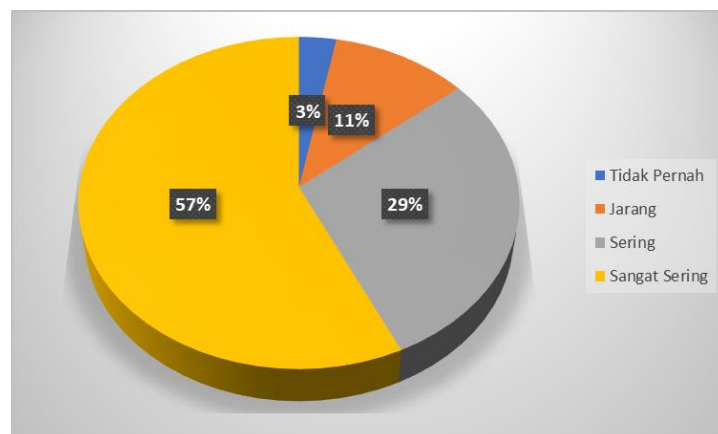


Lebih dari setengah responden sangat sering mengakses *second account* Instagram miliknya. Artinya *second account* berperan penting bagi responden ketika mereka menggunakan media sosial.

3.6.2 Mengakses *Second Account* Setiap Hari

Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.40 Responden Mengakses *Second Account* Instagram Setiap Hari

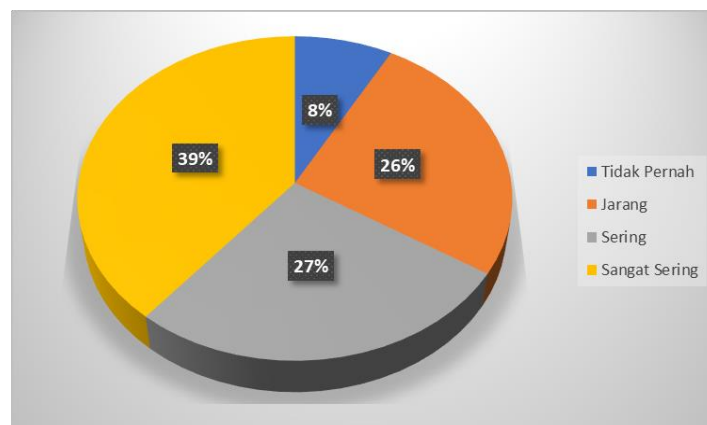


Lebih mendalam peneliti mendapatkan bahwa lebih dari setengah responden selalu mengakses *second account* Instagram miliknya setiap hari. Ini membuktikan bahwa *second account* penting bagi responden untuk mengunggah, mengakses dan mencari tahu berbagai hal.

3.6.3 Mengetahui Berapa Lama Waktu yang Dhabiskan Membuka *Second Account* Instagram

Mengetahui bagaimana durasi penggunaan *second account* Instagram oleh responden, pertanyaan ketiga pada variabel ini peneliti menanyakan apakah responden mengetahui berapa lama waktu yang dihabiskan setiap kali membuka Instagram. Dari 100 responden didapati hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.41 Responden Mengetahui Berapa Lama Waktu yang Dhabiskan Membuka *Second Account* Instagram



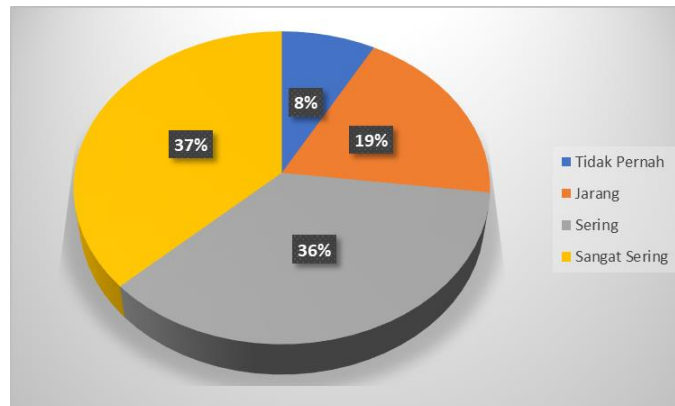
Dari sajian data di atas, responden sangat sering mengetahui berapa lama waktu yang dihabiskan setiap kali membuka *second account* Instagram unggul daripada jawaban lainnya. Artinya responden memperhatikan waktu yang telah dihabiskan ketika membuka *second account*, serta memiliki kesadaran tinggi terhadap waktu yang dihabiskan selama membuka akun tersebut sehingga dapat membandingkan dengan waktu yang dihabiskan ketika membuka *first account* Instagram.

3.6.4 Mengetahui Berapa Kali dalam Seminggu Mengakses *Second Account* Instagram

Setelah menanyakan pengetahuan responden terkait lama waktu yang dihabiskan membuka Instagram, selanjutnya pertanyaan keempat peneliti menanyakan

kepada responden apakah responden mengetahui berapa hari dalam seminggu dirinya mengakses *second account* dan berikut hasil data yang didapatkan :

Diagram 3.42 Responden Mengetahui Berapa Kali dalam Seminggu Dirinya Mengakses Instagram

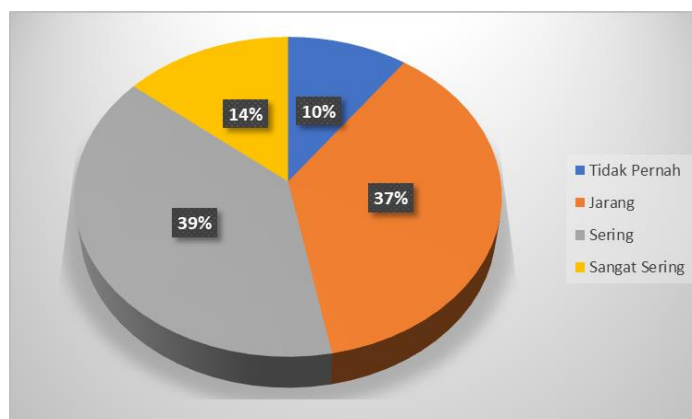


Dari sajian data diatas, diketahui bahwa responden selalu mengetahui berapa kali dalam seminggu dirinya mengakses *second account*. Artinya responden sering memperhatikan waktu.

3.6.5 Dapat Menyebutkan Tema-Tema Konten yang Pernah Diunggah

Dari 100 responden didapat data sebagai berikut :

Diagram 3.43 Responden Dapat Menyebutkan Tema-Tema Konten yang Pernah Diunggah



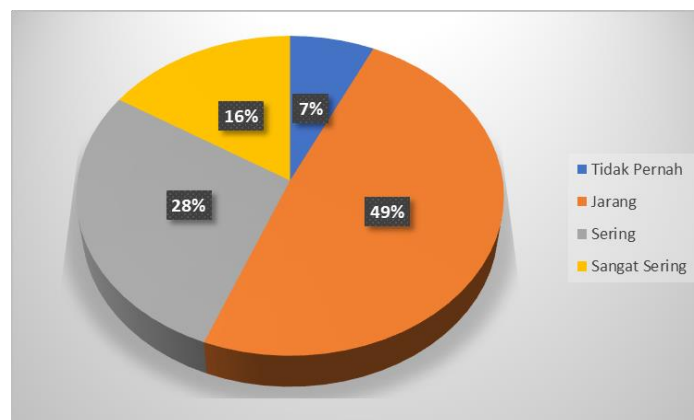
Responden selalu dapat menyebutkan tema-tema konten yang pernah diunggah, artinya responden memiliki perhatian yang baik terhadap unggahan yang dimilikinya

di *second account*. Selain itu, ini menunjukkan responden memiliki ingatan baik serta perhatian terhadap konten yang dibagikannya. Hal ini juga mengindikasikan bahwa responden sadar akan citra yang mereka tampilkan serta aktif dalam mengelola identitas digital diri.

3.6.6 Dapat Menyebutkan Identitas Komentator pada Konten Unggahnya

Pertanyaan keenam peneliti menanyakan apakah responden dapat menyebutkan siapa saja yang memberikan komentar pada unggahan Instagram miliknya dan didapatkan hasil data sebagai berikut :

Diagram 3.44 Responden Dapat Menyebutkan Siapa yang Memberikan Komentar di Konten Miliknya

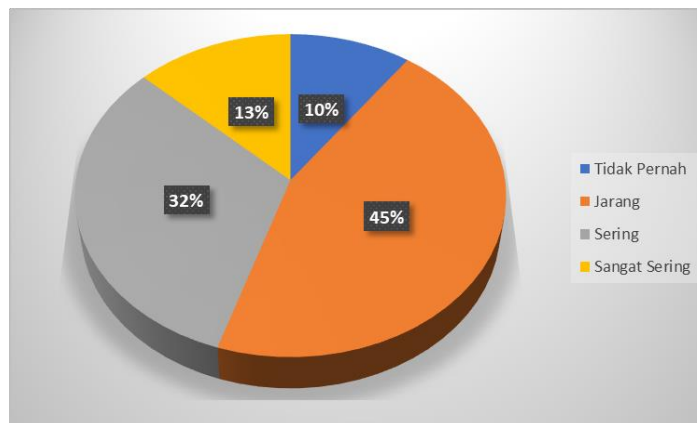


Hampir setengah dari responden kurang memperhatikan detail interaksi pada penggunaannya, salah satunya siapa saja yang memberikan komentar. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa responden lebih fokus terhadap konten yang dibagikan daripada reaksi spesifik dari orang lain untuk unggahan tersebut, sehingga sulit untuk mengingat pemberi komentar secara individu.

3.6.7 Mengingat Komentar-Komentar dari Para pengikutnya

Pertanyaan terakhir peneliti menanyakan kepada responden seberapa sering responden dapat mengingat komentar-komentar dari para pengikutnya. Dari 100 responden didapat data sebagai berikut :

Diagram 3.45 Responden Mengingat Komentar-Komentar dari Para Pengikutnya



Hampir setengah responden jarang mengingat komentar dari pengikutnya pada konten unggahannya, ini mendukung keterangan data sebelumnya bahwa responden kurang memperhatikan terkait komentar dalam konten miliknya dan lebih fokus pada konten yang dibagikan.

Penilaian responden mengenai variabel Intensitas Penggunaan Second Account Instagram (Y)

Indikator tersebut pun dijabarkan menjadi 7 butir pertanyaan menggunakan skala interval. Setiap pertanyaan memiliki skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Pada variabel ini, diterapkan metode penelitian sebagai berikut:

- Skor tertinggi = 4
- Skor terendah = 1

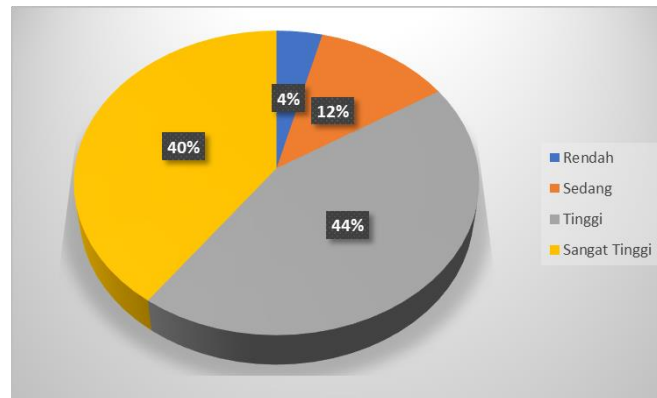
Berdasarkan metode penelitian tersebut, kelompok interval yang didapatkan adalah $(7 \times 4) - (7 \times 1) : 4 = 5$ sehingga skor dikategorisasikan menjadi:

- Skor 7 – 11 menunjukkan intensitas penggunaan *second account* Instagram rendah
- Skor 12 – 16 menunjukkan intensitas penggunaan *second account* Instagram sedang
- Skor 17 - 21 menunjukkan intensitas penggunaan *second account* Instagram tinggi

- Skor 22 - 28 menunjukkan intensitas penggunaan *second account* Instagram sangat tinggi

Diagram berikut merupakan hasil penelitian dari variabel intensitas penggunaan *second account* Instagram dengan penjelasan deskriptif di bawah ini:

Diagram 3.46 Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram



Berdasarkan hasil penilaian intensitas penggunaan *second account* Instagram, mayoritas responden termasuk dalam kategori skor 17–21. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan *second account* Instagram responden cenderung tinggi. Artinya, responden mengakses *second account* beberapa kali dalam seminggu dengan durasi yang cukup lama serta memperhatikan konten milik serta pengguna lainnya di Instagram.