

BAB IV

PENGARUH KECEMASAN BERKOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL DAN KONSEP DIRI TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM

Bab ini membahas hasil dari pengujian hipotesis tentang pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) dan konsep diri (X2) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel-variabel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik regresi linier sederhana dan menggunakan media software SPSS versi 26 untuk melakukan pengujian. Dalam uji hipotesis ini, peneliti akan menentukan ada atau tidaknya pengaruh berdasarkan nilai signifikansi, dimana terdapat kriteria tersendiri dari hasil uji statistik tersebut, yaitu :

1. Apabila $\text{sig} < 0,01$ diartikan sangat signifikan. Artinya dari hasil tersebut adalah 2 variabel penelitian memiliki pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y), maka dari itu hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima.
2. Apabila $\text{sig} < 0,05$ diartikan signifikan. Dapat diartikan bahwa 2 variabel penelitian memiliki pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka dari itu hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima.
3. Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen (X) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y), maka dari itu hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Nilai perhitungan yang digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan nilai koefisien determinasi atau R Square yang biasanya ditemukan berkisar antara 0 hingga 1, ketika nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai yang semakin kecil maka mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianggap semakin lemah. Namun,

ketika nilai R Square mendekati angka 1, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianggap semakin kuat.

4.1 Pengaruh Kecemasan Berkomunikasi di Media Sosial Terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Ha: Terdapat pengaruh positif kecemasan berkomunikasi terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram.

H0: Tidak terdapat pengaruh positif kecemasan berkomunikasi terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram.

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil analisis regresi sederhana Pengaruh Kecemasan Berkomunikasi di Media Sosial Terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram.

Tabel 4.1 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Kecemasan Berkomunikasi di Media Sosial Terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.450 ^a	.202	.194	3.977

a. Predictors: (Constant), X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.805	1	392.805	24.840	.000 ^b
	Residual	1549.705	98	15.813		
	Total	1942.510	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.452	1.845		6.208	.000
	X1	.167	.033	.450	4.984	.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel di atas menunjukkan dimana nilai F hitung adalah 24,840 dengan tingkat signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000 yang berarti bahwa angka tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi memiliki hasil yang sangat signifikan. Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y). Selain nilai signifikansi, pada tabel coefficients terdapat nilai positif sebesar 0,167. Kecemasan berkomunikasi yang ditunjukkan berupa cukup memilih-milih *followers* baru, kepercayaan dirinya mudah goyah, kerap menaruh rasa curiga dan berpikiran buruk kepada pengguna lain sehingga melakukan *cross check* pada *followers*, serta menaruh perhatian besar pada unggahan yang dibagikan pada laman Instagram.

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan dari koefisien regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien konstanta sebesar 11,452 dan koefisien X1 sebesar 0,167. Kedua nilai tersebut menghasilkan persamaan regresi yaitu :

$$Y = a + bX1$$

$$Y = 11,452 + 0,167X$$

Nilai koefisiensi yang dihasilkan dari perhitungan X1 dan Y tersebut menghasilkan nilai koefisien positif, maka arti dari nilai tersebut adalah pengaruh variabel kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) dengan intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y) adalah searah. Maksud dari searah tersebut yakni setiap kenaikan kecemasan

berkomunikasi di media sosial maka akan menyebabkan kenaikan intensitas penggunaan *second account* Instagram sebesar 0.167.

Nilai R Square yang diperoleh dalam uji hipotesis antara kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) dan intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y) adalah sebesar 0,202 yang memiliki arti bahwa variabel X1 memiliki pengaruh yang lemah terhadap variabel Y. Kesimpulan yang didapatkan dari tabel dan hasil hitung di atas adalah hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa **kecemasan berkomunikasi di media sosial berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram.**

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kecemasan berkomunikasi di media sosial (X1) terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y), artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

4.2 Pengaruh Konsep Diri Terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

H_a : Terdapat pengaruh positif konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram.

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil analisis regresi sederhana Pengaruh Konsep Diri Terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram.

Tabel 4.2 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Konsep Diri Terhadap Intensitas Penggunaan *Second Account* Instagram

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.129 ^a	.017	.007	4.415

a. Predictors: (Constant), X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.182	1	32.182	1.651	.202 ^b
	Residual	1910.328	98	19.493		
	Total	1942.510	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.318	3.231		5.050	.000
	X2	.123	.096	.129	1.285	.202

a. Dependent Variable: Y

Tabel di atas menunjukkan dimana nilai F hitung adalah 1.651 dengan tingkat signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,202 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa nilainya tidak signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut maka tidak terdapat pengaruh konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram (Y) artinya H0 diterima dan Ha ditolak.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kecemasan berkomunikasi di media sosial terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram. Adanya pengaruh tersebut didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,202 menunjukkan bahwa pengaruh variabel (X1) terhadap variabel (Y) sebesar 20,2 persen.

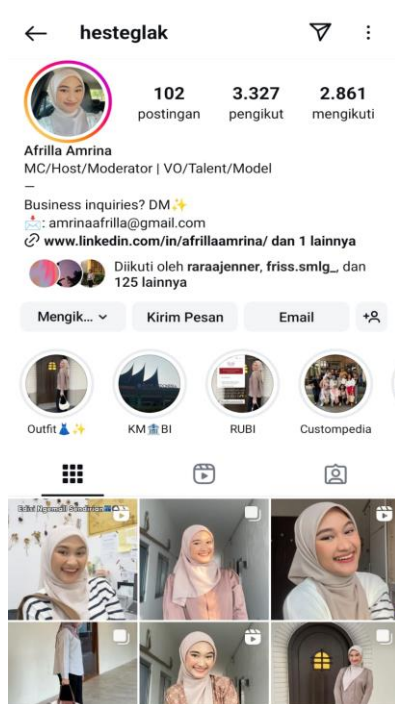
Temuan ini sesuai dengan *communication apprehension theory* oleh Littlejohn yang akan diterapkan pada *computer mediated communication*. Teori tersebut memberikan pemahaman dan penjelasan terkait perasaan cemas yang dialami seseorang saat berkomunikasi. Kecemasan berkomunikasi meliputi interaksi yang dilakukan melalui bantuan dari teknologi maupun secara *face to face*. Kecemasan berkomunikasi dianggap sebagai stimulus yang mempengaruhi ketersediaan untuk membuka diri melalui interaksi kepada orang lain. Lingkungan yang mendukung dan tidak menghakimi membantu seseorang membuka diri secara intens pada lingkungannya. Respon pada lingkungan *online* akan berbanding lurus dengan kecemasan berkomunikasi, artinya ketika seseorang mendapatkan komentar negatif maka rasa cemas akan timbul.

Teori tersebut selaras dengan hasil dari penelitian, dimana kecemasan responden dalam berkomunikasi pada *first account* Instagram, meningkatkan intensitas penggunaan *second account* mereka. Kecemasan berkomunikasi di sini artinya mereka menutup diri dari pengikut yang tidak dikenal untuk menjaga keamanan diri dengan memilih-milih *followers* baru, kerap juga responden merasa curiga kepada pengguna lain maka dari itu mereka memberikan perhatian besar pada unggahan yang dibagikan di laman Instagram. Keberadaan *second account* sebagai wadah tampil apa adanya sangat membantu responden lepas dari penilaian subjektif yang diberikan pengikut lain. Kecemasan berkomunikasi para responden ini akhirnya

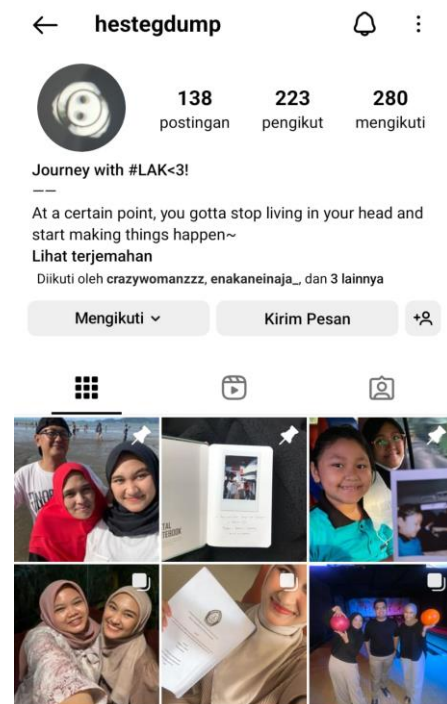
memudar, hal ini disebabkan pada *second account* mereka telah menyaring siapa saja orang di dalamnya dan merasa nyaman dengan lingkungan tersebut sehingga dapat membuka diri. Kesimpulannya adalah teori tersebut terbukti pada penelitian ini.

Perbedaan tampilan *first account* dan *second account* :

Gambar 4. 1 *First account* salah satu responden



Gambar 4.2 *Second account* salah satu responden



Akun diatas dimiliki oleh satu pengguna yang sama, namun dapat dilihat perbedaan yang cukup mencolok pada tampilannya. Pengikut di *first account* jumlahnya jauh berbeda dengan *second account*, konten yang dibagikan juga menunjukkan perbedaan *second account* berisi tema konten acak sedangkan di *first account* tertata dengan rapi. Hal ini dikarena akun tersebut merupakan akun profesional, tidak hanya dibagikan kepada teman dekat saja namun juga kepada kolega bisnis, teman, dan lainnya. Perbedaan lain yang bisa dilihat yaitu pada *first account* tersemat nama lengkap pengguna, informasi kontak serta lainnya sedangkan di *second account* hanya diisi tulisan acak oleh pengguna.

Selanjutnya penelitian ini menjelaskan tidak adanya pengaruh antara konsep diri terhadap intensitas penggunaan *second account* Instagram, nilai signifikansi yang ditemukan sebesar $0,202 > 0,05$ artinya tidak ada pengaruh dari variabel (X2) terhadap variabel (Y). Subjek dalam penelitian menunjukkan konsep diri yang positif, meskipun konsep diri yang dimiliki positif mereka juga memiliki *second account*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *second account* Instagram tidak semata-mata mereka yang memiliki masalah dengan konsep diri. Terdapat faktor lain yang mendukung pengguna menggunakan *second account* dalam intensitas yang tinggi, eksklusivitas salah satunya, artinya pengguna dapat memilih teman dengan kriteria memiliki kedekatan emosional saja di akun tersebut (Yang & Brown, 2016).

Pada *first account* pengguna lebih fokus membangun *personal branding*, maka dari akan terkoneksi dengan para profesional hal ini juga dikonfirmasi oleh Siregar, 2022 bahwa 81.1% pengguna Instagram membangun *personal branding* secara profesional pada laman profil miliknya. Penelitian oleh Fitria, et al, 2023 melalui penelitian mendapati bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menggunakan *second account* sebagai sarana hiburan. Pada akun kedua, mahasiswa akan mengunggah sesuatu yang membuat dirinya terhibur, seperti rekap hobi atau kegemaran yang bisa menjadi memori untuk dilihat selamanya. Melalui penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *second account* tidak hanya berisi pengguna dengan citra dan harga diri negatif. Tetapi bergantung pada kegunaannya, yaitu untuk membangun komunikasi intens dengan teman dekat, menyimpan koleksi video dan foto berisi hobi dan kegemaran, bahkan dapat juga digunakan untuk berjualan.