

Pengaruh Media Sosial Terhadap Identitas Diri Remaja

Melisabrona Putri¹, Wanda Fitri², Nasril³, Siska Novra Elvina⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
Correspondence Email : wandafitri@uinib.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of social media on self-identity in adolescents. For teenagers, social media is a tool that can help them discover their identity. Communicating via social media is not too burdensome and scary for teenagers, so they can change their character easily on social media. The self-character displayed by teenagers on social media is an ideal self which is sometimes different from their actual self in everyday life. This research uses a quantitative method using Logistic Linear Regression Analysis. The population is teenagers in Nagari Ganggo Mudiak District. Bonjol, Pasaman Regency, totaling 96 people. The sampling technique uses Total Sampling, which uses all members of the population as samples. Data was collected using a questionnaire with a Likert scale model, and processed using the SPSS version 20.0 program. The research results show that: 1) The category of teenage social media users uses several types of social media simultaneously, 42.7% of teenagers use Facebook, YouTube, WhatsApp and Instagram more often. 2) 57.3% of adolescents' self-identity category have a high level of self-identity. 3) Social media influences teenagers' self-identity, this is shown from the results of the logistic linear regression between social media variables and self-identity variables, there is an R-Square value of 0.194, which means that teenagers' self-identity is influenced by social media.

Keywords: Social media, adolescent self-identity.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh media sosial terhadap identitas diri di usia remaja. Bagi remaja media sosial merupakan salah satu alat yang bisa membantu penemuan identitas diri. Berkomunikasi melalui media sosial tidak terlalu membebani dan menakutkan bagi remaja, dengan demikian dapat mengubah karakternya secara mudah pada media sosial. karakter diri yang ditampilkan oleh remaja di media sosial merupakan diri ideal yang kadang berbeda dari diri mereka yang sebenarnya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Logistik. Populasi adalah remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kec. Bonjol Kab. Pasaman yang berjumlah 96 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Total Sampling, yang menjadikan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan model Skala Likert, dan diolah menggunakan program SPSS versi 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Kategori pengguna media sosial remaja menggunakan beberapa jenis media sosial secara bersamaan, sebesar 42,7% remaja lebih sering menggunakan facebook, youtube, whatsapp, dan instagram. 2) Kategori identitas diri remaja sebanyak 57,3% memiliki tingkat identitas diri yang tinggi. 3) Media sosial berpengaruh terhadap identitas diri remaja, hal ini ditunjukkan dari hasil regresi linear logistik antara variabel media sosial terhadap variabel identitas diri, terdapat nilai R-Square sebesar 0,194 yang berarti identitas diri remaja dipengaruhi oleh media sosial.

Kata Kunci : Media sosial, Identitas diri remaja.

PENDAHULUAN

Media online merupakan bagian dari media sosial, dimana para penggunanya menggunakan aplikasi berbasis internet yang bisa berbagi informasi, berkontribusi, berpartisipasi, dan menciptakan berbagai konten seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang makin berkembang dan maju (Boer., 2020; Humas Kominfo, 2019).

Media sosial digunakan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (Boer, 2020; Nasrullah, 2017). Aktivitas yang biasa dilakukan oleh pengguna media sosial adalah berkomunikasi serta berinteraksi satu dengan yang lainnya dengan saling mengirim pesan, saling berbagi dan membangun jaringan (*Networking*) (Marjuni & Harun, 2019). Media sosial juga digunakan sebagai pendukung interaksi sosial yang menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2016).

Media sosial memiliki karakteristik yang beragam (Nasrullah, 2017; Rizky Ramanda Gustam, 2015) diantaranya sebagai pemberi informasi, sebagai arsip atau penyimpan, adanya *network* antara penggunaannya, adanya partisipasi dan keterbukaan, dan adanya interaksi. Selain itu, karakteristik dari media sosial yaitu pesan yang disampaikan tidak hanya satu orang, tetapi juga ke kelompok, isi yang disampaikan secara online, dan menciptakan komunitas online yang saling terhubung dengan pengguna lainnya (Kurniawan, 2017).

Data statistik yang dijelaskan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai jumlah tahun 2014 sebanyak 34,9 % dengan penduduk 88,1 juta orang dari 252,4 juta penduduk Indonesia, kemudian angka tersebut mengalami kenaikan 28,6% di tahun 2015 (APJII, 2019). Di Provinsi Sumatera

Barat pengguna internet sebanyak 35% (lebih tinggi dari angka nasional), atau sekitar 1,8 juta penduduk dari total penduduk 5 juta dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (APJII, 2018).

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia dalam waktu satu tahun mencapai 51% dan menempati urutan kedua dunia, padahal pada tahun 2016 Indonesia berada pada urutan ke delapan pengguna internet dunia, hal tersebut berdasarkan Data yang dilansir pada WeAreSocial.net dan Hootsuite (2017)

Di Indonesia jenis media sosial yang banyak digunakan pada tahun 2017 adalah *Youtube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Line, BBM, Twitter, Google, Facebook Messenger, Skype dan WeChat* (Nasrullah, 2017). Pengguna media sosial yang dominan adalah usia remaja dan dewasa (Zulaecha, 2023).

Remaja merupakan salah satu pengguna internet terbanyak (Felita, 2016). Hal ini menandakan bahwa tidak adanya lagi ruang privasi bagi mereka karena sudah melebur dengan ruang publik. Media sosial adalah suatu sarana pengungkapan diri, biasanya terletak pada cara bertukar informasi tentang diri pada berbagai situs media sosial (Febriani & Desrani, 2021). Misalnya, berupa status, foto, video, *chatting*, komentar dan lain sebagainya. Tujuannya hanya untuk diketahui oleh sesama pengguna akun lainnya (Fitri, 2017).

Bagi remaja media sosial menjadi salah satu tempat yang dapat membantu dalam menemukan identitas diri (Widiantari & Herdiyanto, 2018). Selain itu, cara berinteraksi dan berkomunikasi menggunakan media sosial yang tidak terlalu membebani dan menakutkan bagi diri remaja, hal tersebut membuat mereka dapat mengganti karakternya secara mudah pada sosial media (W. S. R. Putri, 2016). Dengan kata lain, bagi diri remaja berinteraksi dan berkomunikasi

di media sosial dianggap wadah yang ideal untuk mencoba dan melakukan eksplorasi pencarian identitas diri. Kemudahan yang ditawarkan dalam mengakses dan menjelajah media sosial, mengakibatkan rasa kecanduan dan ketagihan yang dirasakan oleh penggunanya (Felita, 2016).

Erikson menjelaskan bahwa ada hal yang paling utama di dalam perkembangan identitas diri yaitu eksperimental kepribadian dan peran (D.E. Putri & Mursalim, 2016). Erikson yakin bahwa pada diri remaja akan mengalami sejumlah pilihan dan titik tertentu akan memasuki masa pencarian identitas (Averina & Cahyono, 2023). Ketika masa pencarian identitas diri, remaja mencoba berbagai peran dan kepribadian yang berbeda-beda sebelum akhirnya remaja mencapai pemikiran diri yang stabil. Identitas diri dapat diukur melalui dimensi identitas yang terdiri dari genetik, adaptif, struktural, dinamis, timbal balik, dan status eksistensial (Santrock, 2003).

Identitas diri ialah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai pribadi yang unik, memiliki keyakinan yang relatif stabil, serta memiliki peran penting dalam konteks kehidupan masyarakat (Kartono, 2003; Mulyono, 2007; Papalia, 2009). Remaja membentuk identitasnya dengan menggabungkan identifikasi sebelumnya dan menjadikan struktur psikologis baru dengan ciri-ciri atau tanda khusus yang dirasa dan diyakini benar oleh seseorang mengenai dirinya (Fatimah, 2018).

Individu yang memiliki identitas diri terlihat memiliki karakteristik pada dirinya, karakteristik tersebut berupa konsep diri, evaluasi diri, harga diri, efikasi diri, kepercayaan diri, tanggung jawab, komitmen, ketekunan, dan kemandirian (Dariyo, 2004). Semua karakteristik tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan saling menunjang untuk membentuk

sinergisme, sehingga menjadi kaya kekuatan yang mendorong seseorang untuk menjadi pribadi yang dewasa (Felita, 2016; Sakti & Yulianto, 2018).

Erikson (dalam Desmita, 2006) berpendapat bahwa keberhasilan individu dalam mencapai identitas diri terlihat ketika ia mampu memperoleh suatu pandangan yang jelas tentang dirinya dan memahami kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya. Selain itu, mampu memahami perbedaan dan persamaan dengan orang lain sesuai individu dengan keadaan orang lain.

Identitas diri terbentuk oleh aspek genetik, adaptif, struktural, dinamis, timbal balik psikososial, dan status eksistensial (Erikson dalam Santrock, 2007). Selain itu, faktor dalam pembentukan identitas diri dipengaruhi oleh rasa percaya diri, keadaan keluarga, identitas budaya dan etnis, serta jenis kelamin individu tersebut (Panuju & Umami, 2005; Santrock, 2007).

Dampak positif dari penggunaan media sosial bagi remaja dapat dilihat pada motivasi remaja untuk belajar mengembangkan diri melalui teman yang dijumpai secara online, adanya interaksi timbal balik dapat menghilangkan stres. Selain itu, memudahkan remaja untuk mengekspresikan diri, jarak dan waktu tidak menjadi masalah, dan penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Sedangkan dampak negatif dari media sosial membuat remaja malas untuk berkomunikasi di dunia nyata dan lebih mementingkan diri sendiri, serta adanya kecanduan internet dan menimbulkan masalah privasi (Cahyono, 2016; Yusuf, 2004).

Sulidar Fitri (2017) menemukan dalam penelitiannya bahwa media sosial mempunyai dua bagian yaitu positif dan negatif terhadap perubahan sosial anak. Hal yang positif terlihat bahwa anak mudah mengakses materi tugas, sedangkan bagian negatifnya banyak anak anti sosial pada dunia nyata.

Melihat fenomena remaja dalam menggunakan media sosial dalam membentuk identitas, Primada Qurrotun Ayun (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa para remaja menunjukkan identitas yang berbeda-beda dalam media sosial, dimana remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka. Hal tersebut ditunjukkan bahwa dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang dilakukan dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial.

Wilga Secsio (2016) yang meneliti tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja menemukan bahwa kalangan remaja menjadi hiperaktif di media sosial juga sering memposting kegiatan sehari-hari, mereka yang seakan menggambarkan gaya hidup mencoba mengikuti perkembangan zaman, sehingga mereka dianggap lebih populer di lingkungannya. Akan tetapi, apa yang mereka perlihatkan di media sosial tidak selalu tentang kebenaran yang terjadi di dunia nyata.

Mendukung penemuan Wilga Secsio, Pamela (2016) juga menemukan bahwa sebagian besar remaja yang aktif menggunakan media sosial ingin terlihat baik dan menampilkan citra konsep diri idealnya di profil media sosial mereka, walaupun hal tersebut tidak sesuai dengan konsep diri nyata yang dimilikinya.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa remaja lebih banyak menghabiskan waktu dalam bermedia sosial dari pada dunia nyata. Individu (remaja) menganggap bahwa media sosial merupakan tempat yang ideal dalam mengungkapkan diri, hal ini dapat terjadi karena media sosial tidak akan bisa mengetahui bagaimana diri yang sebenarnya. Individu (remaja) yang menggunakan media sosial bebas mengekspresikan dirinya, sehingga

membuat individu tersebut tidak terlalu memperdulikan lingkungan sekitarnya. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pengamatan mendalam tentang media sosial yang sebagai lingkungan luar dapat mempengaruhi perilaku dan kepribadian dalam membentuk identitas diri remaja.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu lalu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang analisisnya bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini variabel bebas (X) adalah media sosial, sedangkan variabel terikat (Y) adalah identitas diri. Tujuan penelitian ini untuk melihat seberapa besar pengaruh media sosial terhadap identitas diri remaja, penelitian dilakukan pada 28 Oktober hingga 19 November 2019 di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kab. Pasaman. Populasinya adalah remaja yang ada di Nagari tersebut yang berjumlah 134 orang.

| No | Jorong | Jumlah (Orang) |
|----|--------------------|----------------|
| 1 | Kampuang Alai | 45 |
| 2 | Kampuang Belimbing | 30 |
| 3 | Biduak | 30 |
| 4 | Kampuang Baru | 29 |
| | Total | 134 |

Tabel 1. Gambaran umum tentang populasi penelitian

Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling total*, yaitu dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Setelah dilakukan penelitian dari 134 orang sampel, maka didapatkan hasil responden sebanyak 96 orang, 40 orang

responden lainnya tidak mengembalikan kuesioner yang telah dibagikan.

Kuesioner (angket) digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini, pilihan jawaban menggunakan *skala likert*. Angket model skala *likert* menggunakan alternatif jawaban yang terdiri dari :

| No | Jorong | Poin |
|----|---------------------------|------|
| 1 | (SS) Sangat Setuju | 4 |
| 2 | (S) Setuju | 3 |
| 3 | (TS) Tidak Setuju | 2 |
| 4 | (STS) Sangat Tidak Setuju | 1 |

Tabel 2. Ukuran skala *likert*

Menyusun dan mengembangkan instrumen penelitian terlebih dahulu membuat kisi-kisi yang memuat indikator dari variabel penelitian yang dapat memberikan gambaran isi dan dimensi bagian ukuran dan akan dijadikan acuan dalam penulisan item. Adapun penyusunan kisi-kisi instrumen penelitian dengan media sosial diukur melalui skala identitas diri. Berdasarkan teori identitas diri, maka di susun kisi-kisi skala identitas diri remaja di antaranya aspek genetik (sifat dan fisik), adaptif (penyesuaian diri dengan masyarakat), struktural (orientasi masa depan), dinamis (identifikasi dan peran sosial), timbal balik psikososial (hubungan dengan orang lain) dan status eksistensial (makna hidup).

Instrumen penelitian dilakukan uji coba terlebih dahulu sebelum digunakan, ada dua uji coba instrumen yaitu uji validitas instrument dan uji realibilitas instrumen. Pada uji validitas instrument, terdapat hasil perhitungan uji validitas pada variabel identitas diri dengan 86 item pertanyaan dan menyisakan 41 item pernyataan yang valid.

Pada uji reabilitas instrumen, dijelaskan bahwa reliabilitas dianggap memuaskan atau tidak dengan menggunakan batasaan seperti 0,6. Jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang

baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Apabila koefisiennya mencapai 0,700-0,900 hal ini bermakna bahwa skor skala yang diperoleh mampu mencerminkan 70%-90% skor murni atau skor yang sesungguhnya.

Jadi skor koefisien reliabilitas skala penggunaan media sosial dengan identitas diri berada di atas 70%, maka skala penggunaan media sosial dengan identitas diri dapat memenuhi syarat reliabilitas (Priyatno, 2010). Pada penelitian ini uji realibilitas alat ukur yang akan digunakan adalah *Cronbach Alpha* dari aplikasi *SPSS 20 For Windows*. Berdasarkan analisis reliabilitas tergambar bahwa variabel identitas diri remaja ditemukan hasil sebesar 0.902 yang artinya bahwa item-item tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .902 | 41 |

Tabel 3. Hasil uji coba reliabilitas skala identitas diri

Data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji normalitas, uji homogenita data, analisis regresi logistik dan analisis deskriptif. Analisis data bertujuan untuk melihat keterkaitan pengaruh media sosial terhadap identitas diri pada remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Media Sosial (X) dan Variabel Identitas Diri (Y)

Hasil penelitian pada distribusi frekuensi data pada variabel media sosial(X) ditemukan bahwa ada 96 orang responden yang diteliti paling banyak menggunakan media sosial terdapat 13 orang responden atau 13,5% yang menggunakan *facebook*, *whatsApp*, dan *instagram* sekaligus. Selanjutnya 41 orang responden atau 42,7 % yang menggunakan *facebook*, *whatsApp*, *instagram*, dan *youtube* sekaligus. Dan sebanyak 13 % responden atau 13,5%

yang menggunakan *facebook*, *whatsApp*, dan *youtube* sekaligus. Artinya media sosial yang lebih sering digunakan oleh remaja yaitu *facebook*, *whatsApp*, *instagram*, dan *youtube* sekaligus sebesar 42,7%.

| Media Sosial | Frequency | Percent |
|--------------|-----------|---------|
| Facebook | 90 | 93,7 % |
| WhatsApp | 90 | 93,7 % |
| Instagram | 66 | 68,7 % |
| Youtube | 66 | 68,7 % |
| LINE | 3 | 3,1 % |
| Twitter | 4 | 4,1 % |

Tabel 4. Katagorisasi pengguna media sosial

Berdasarkan tabel di atas, bahwa 96 orang responden yang menggunakan facebook dan whatsApp sebanyak 90 orang atau 93,7%, yang menggunakan instagram dan youtube sebanyak 66 orang responden atau 68,7%. Selanjutnya pengguna LINE sebanyak 3 orang responden atau 3,1 % serta pengguna twitter sebanyak 4 orang responden atau 4,1 %. Artinya dari hasil tersebut menunjukkan bahwa remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman lebih banyak

Pada hasil data deskriptif distribusi statistis data identitas diri di jelaskan bahwa, nilai minimum identitas diri yaitu 102 dan nilai maksimum yaitu 149, serta nilai mean atau rata-ratanya yaitu 128,31. Semakin tinggi nilai maksimumnya maka semakin tinggi tingkat identitas diri remaja. Dari hasil yang didapat secara umum identitas diri remaja berada pada tingkat yang tinggi.

Adapun katagorisasi penelitian hanya dikatagorikan menjadi dua katagori yaitu tinggi dan rendah. Adapun katagori sedang tidak digunakan karena tidak bisa menerjemahkan maksud dari sedang itu, maka penelitian ini menggunakan katagorisasi ekstrim yaitu tinggi dan rendah (Azwar, 2012).

| Kategori Identitas Diri | | | | | |
|-------------------------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frekuensi | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Rendah | 41 | 42,7 | 42,7 | 42,7 |
| | Tinggi | 55 | 57,3 | 57,3 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

Tabel 5. Katagorisasi skala identitas diri

Berdasarkan data di atas, katagorisasi dari identitas diri dari 96 orang responden yang diteliti, 41 orang responden atau 42,7 % memiliki tingkat identitas rendah. 55 orang responden atau 57,3 % memiliki tingkat identitas diri yang tinggi. Dari besarnya presentasi identitas diri pada tabel di atas menunjukkan bahwa remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman lebih dominan memiliki tingkat identitas diri tinggi. Artinya remaja tersebut mampu menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai seorang pribadi yang unik serta memiliki peran penting dalam kehidupan bermasyarakat.

Uji Normalitas

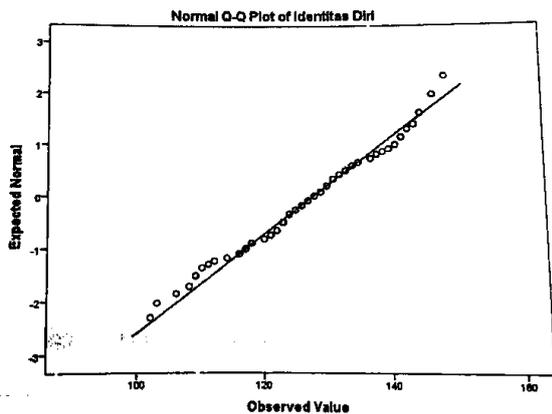
Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov*, dapat dinyatakan terdistribusi normal jika signifikansi besar dari 0,05 (Priyatno, 2010). Maka diperoleh uji normalitas sebagai berikut :

| Test of Normality | | | | | | |
|-------------------|--------------------|----|-------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Statistic | Df | Sig' | Statistic | Df | Sig |
| Identitas Diri | .063 | 96 | .200* | .979 | 96 | .127 |

Tabel 6. Skala Identitas Diri *One Sample Kolmogrov Smirnov*

Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai signifikansi > 0.05, maka data distribusi normal. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk identitas diri adalah 0.63. signifikansi untuk variabel identitas

diri tersebut lebih besar dari 0.05. Jika data berdistribusi normal maka dapat dikatakan bahwa kesimpulan yang ditarik dari sampel penelitian tersebut digeneralisasi kepada populasi penelitian. dalam uji normalitas dengan kertas probabilitas normal, disribusi jawaban dikatakan normal jika penyebaban data mendekati garis diagonal pada grafik. Dengan sampel sebanyak 96 responden dan 41 item pernyataan, berikut grafik uji normalitas :



Gambar 1. Grafik uji normalitas variabel identitas diri normal P-P Plot of Regressions standardized Rasidual Dependen Variable

Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui seragam atau tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama (Priyatno, 2010). Hasil ujian homogenitas dapat dilihat sebagai berikut :

| Test of Homogeneity of Variances | | | |
|----------------------------------|-----|-----|------|
| Identits Diri | | | |
| Levene Statistic | df1 | df2 | sig. |
| .854 | 8 | 82 | .558 |

Tabel 7. Uji homogenitas

Berdasarkan hasil analisis Test of Homogeneity of Variances menunjukkan bahwa signifikansi (Sig) data identitas diri dari media sosial sebesar 0.854 > 0.05. Dapat diartikan bahwa data identitas diri dari media sosial telah memenuhi asumsi homogen (kedua kelompok populasi memiliki varians yang sama).

Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik dalam penelitian ini dapat tergambar sebagai berikut :

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .440 ^a | .194 | .185 | 985.200 |

a. Predictor : (Constant), Media Sosial

Tabel 8. Analisis Regresi Logistik

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa adanya pengaruh media sosial terhadap identitas diri remaja di tunjukkan oleh nilai R-Square sebesar 0.194 atau 19,4% yang artinya identitas diri remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman di pengaruhi oleh media sosial sebesar 19,4% (secara umum) dan 81,6% di pengaruhi oleh faktor lain.

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 113,641 | 3,245 | | 35,019 | .000 |
| Media Sosial | 9,582 | 2,015 | .440 | 4,755 | .000 |

a. Dependent Variable : Identitas Diri

Tabel 8. Analisis data konstanta

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh konstanta sebesar 113,641 artinya jika media (X) nilainya 0, maka identitas diri (Y) nilainya 113,641 dari persamaan berikut : $Y = 113,641 + 9,582X$. Nilai koefisien regresi variabel media sosial (X) sebesar 113,641 artinya jika ada tambahan satu media sosial maka identitas diri akan berkurang sebesar 113,641. Sedangkan nilai koefisien regresi media sosial (X) sebesar 9,582, ini berarti jika setiap penambahan satu media sosial maka identitas diri akan meningkat sebesar 9,582. Artinya media

sosial dapat mempengaruhi identitas diri remaja.

Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Identitas Diri Remaja

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjolo Kabupaten Pasaman menggunakan beberapa jenis media sosial secara bersamaan, hal tersebut di lihat dari hasil penelitian yang menunjukkan sebesar 42,7 % remaja menggunakan *facebook*, *youtube*, *whatsApp* dan *instagram*. Artinya bahwa sebagian besar remaja lebih sering menggunakan *facebook*, *youtube*, *whatsApp* dan *instagram* dibandingkan *LINE* dan *twitter* serta jenis media sosial lainnya.

Menurut Nasrullah (2017) media sosial merupakan sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (user) sosial media berkomunikasi dengan berinteraksi dengan saling kirim pesan, saling berbagi dan membangun jaringan (networking). Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan penggunaannya mempersentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Menurut Nasrullah (2017) jenis media sosial yang digunakan pada saat ini dalam keseharian masyarakat adalah blog, microblogging, *facebook*, *youtube*, *whatsApp*, *instagram* dan BBM yang saat ini sudah jarang digunakan dan digantikan oleh *whatsApp*. Menurutnya, masing-masing media sosial memiliki kegunaan dan manfaatnya masing-masing, akan tetapi tujuannya tetap sama yaitu untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi secara online di dunia maya.

Berdasarkan dari data yang telah di dapat selama penelitian ini dijelaskan bahwa, 57,3% remaja memiliki tingkat identitas diri yang tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman lebih dominan memiliki tingkat identitas diri yang tinggi. Artinya remaja tersebut mampu menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai pribadi yang unik serta memiliki peran penting dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Fearson (Mulyono, 2007) identitas diri adalah sebuah terminologi yang cukup luas yang dipakai seseorang untuk menjelaskan siapakh dirinya, identitas diri dapat berisi atribut moral dan gaya sosial, meski seringkali terbentuk secara tidak sadar, namun identitas diri merupakan sesuatu yang disadari dan diakui individu sebagai sesuatu yang menjelaskan tentang dirinya dan membentuknya berbeda dari orang lain.

Pada penelitian ini dapat dibuktikan bahwa identitas diri remaja dapat di pengaruhi oleh lingkungan termasuk media sosial, media sosial merupakan bagian dari lingkungan sosial tersebut, dimana indiviru berinteraksi dengan cara mereka sendiri. Hal tersebut menguatkan apa yang dijelaskan oleh Santrock (2007) bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi identitas diri adalah : *Pertama*, pengaruh keluarga terhadap identitas. *Kedua*, identitas budaya dan etnis. *Ketiga*, jenis kelamin.

Secara umum, Cooper (dalam Felita, 2016) mengindikasikan bahwa pembentukkan identitas di tingkatkan melalui hubungan keluarga. Hubungan keluarga ini harus meemungkinkan individuasi, yang mendorong remaja untuk mengembangkan sudut pandangnya sendiri serta memungkikkan keterjalinan, yang memberikan keamanan dasar sehingga remaja dapat mengeksplorasi dan memperluas dunia sosialnya.

Erikson (dalam Santrock, 2007) secara khusus menjelaskan tentang identitas terbentuk dari budaya dan etnis. Menurutnya etnis minoritas harus berjuang dalam mempertahankan

identitas budaya dan sambil mencoba membaaur dengan budaya yang dominan. Identitas etnis cenderung meningkat seiring dengan usia dan tingkat identitas etnis yang lebih tinggi berkaitan dengan sikap-sikap yang lebih positif, tidak hanya terhadap kelompok etnisnya sendiri namun juga terhadap anggota etnis lainnya.

Dari data yang telah dipaparkan pada temuan penelitian, didapatkan kesimpulan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap identitas diri remaja di Nagari Ganggo mudiak Kec. Bonjol Kab. Pasaman. Hasil analisis data kontribusi media sosial terhadap identitas diri remaja sebanyak 19,4%, hal ini berarti pengaruh media sosial terhadap identitas diri remaja tergolong rendah, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor keluarga terhadap identitas, identitas budaya dan etnis serta jenis kelamin. Namun media sosial tetap memiliki pengaruh terhadap identitas diri remaja meskipun pengaruhnya rendah.

Media sosial menjadikan penggunaannya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri dalam menggunakan media sosial. Dalam konten media sosial terdapat identitas pengguna, percakapan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya, berbagi baik informasi maupun komunikasi, kehadiran (eksis) pengguna dalam menampilkan konten-konten di media sosial, hubungan pengguna media sosial, reputasi (status) pengguna di media sosial (Humas Kominfo, 2019).

Media sosial dijadikan sebagai ajang untuk menunjukkan identitas diri remaja, dimana remaja lebih terbuka dan lebih aktif di media sosial dari pada dunia nyata. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Primada Qurottun (2015), yang menjelaskan bahwa para remaja cenderung menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam media sosial, remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka.

Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan untuk eksis dengan menampilkan kegiatan yang sedang mereka lakukan di media sosial bahkan mengungkapkan permasalahan pribadi mereka di media sosial.

Sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini, di dapatkan bahwa terdapat pengaruh media sosial terhadap identitas diri remaja. Hal ini berarti semakin sering remaja menggunakan media sosial, maka semakin tinggi keinginan remaja untuk mengungkapkan identitas diri mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat dipahami bahwa media sosial mempengaruhi identitas diri remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman. Hal tersebut dibuktikan dengan sebagian besar remaja menggunakan beberapa jenis media sosial secara bersamaan, sebesar 42,7 % remaja lebih sering menggunakan *facebook, youtube, whatsApp*, dan *instagram* dibandingkan *LINE* dan *twitter*.

Kemudian, tingkat identitas diri remaja yang tinggi yaitu sebanyak 57,3. Serta media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap identitas diri remaja di Nagari Ganggo Mudiak Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman. Hal tersebut dibuktikan dari hasil koefisien determinasi R-Square sebesar 0,194 yang berarti media sosial mempunyai sumbangan sebesar 19,4% terhadap variabel identitas diri.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- APJII. (2019). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

- Averina, E., & Cahyono, R. (2023). Hubungan Kekerasan Emosional Yang Dilakukan Orang Tua Dengan Social Anxiety Pada Remaja Akhir. *JURNAL FUSION: JURNAL NASIONAL INDONESIA*, 3(7). <https://fusion.rifainstitute.com/index.php/fusion/article/view/316>
- Ayun, Q. P. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi UAD*, 3(2), 1–17.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 85–104. <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media sosial terhadap perubahan sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(1), 140–157.
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Ghalia Indonesia.
- Desmita. (2006). *Psikologi Perkembangan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fatimah, S. (2018). Pendampingan Perencanaan Karir dalam Meningkatkan Self Efficacy Siswa SMK. *Jurnal Psikodidaktika*, 3(1). <https://journals.unihaz.ac.id/index.php/psikodidaktika/article/view/300>
- Febriani, S. ., & Desrani, A. (2021). Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial. *Jurnal Perspektif*, 14(2), 312–326.
- Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian Media Sosial Dan Self Concept Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 5(1), 30–41.
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(2), 118–123.
- Hootsuite, W. (2017). *Media Apa yang paling sering digunakan masyarakat di Indonesia*. <https://databoks.katakata.co.id/data-publish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>
- Humas Kominfo. (2019). *Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai perilaku Anak dan Remaja dalam Menggunakan Internet*. Kominfo.go.id
- Kartono, G. (2003). *Kamus Psikologi*. CV. Pionir Jaya.
- Kurniawan, P. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH. *Journal of Management Studies*, 11(1). <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- MARJUNI, A., & HARUN, H. (2019). PENGGUNAAN MULTIMEDIA ONLINE DALAM PEMBELAJARAN. *JURNAL IDAARAH*, 3(2), 194–204.
- Mulyono, N. K. (2007). *Proses Pencarian Identitas Diri Pada Remaja Mu'alaif*. Universitas Diponegoro.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siotegnologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Panuju, P., & Umami. (2005). *Psikologi Remaja*. Tiara Wicana.
- Papalia, D. E. (2009). *Human Development*. Salemba Humaiika.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisis Data Statistic dengan SPSS*. Mediakom.
- Putri, D. E., & Mursalim, M. (2016). ANALISIS PERILAKU MIMETIK DI KALANGAN SISWI SMA NEGERI 1 MAKASSAR TERHADAP TREN FASHIONISTA INSTAGRAM. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Putri, W. S. R. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Journal Ilmu Sosial Politik UNPAD*, 3(47-51).
- Rizky Ramanda Gustam. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224-242.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Jurnal Interaksi Online*, 6(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>
- Santrock. (2003). *Adolescence*. Erlangga.
- Santrock. (2007). *Remaja* (2nd ed.). Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kuliitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Widiantari, K. S., & Herdiyanto, Y. K. (2018). Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 106-115.
- Yusuf, S. (2004). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja* (4th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Zulaecha, N. N., Nanda, B., Pertiwi, O., Nashihin, H., & Surakarta, U. M. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaraan Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 534-347.