

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Dengan berkembangnya beragam teknologi baik itu di bidang komunikasi dan informasi saat ini akan membantu mempermudah atau mempercepat pilihan komunikasi atau menawarkan pilihan lain dan membuat informasi dapat diakses oleh semua orang. Media sosial merupakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pegiat sosial media mendapat kemudahan dalam berbagi kata, gambar, video, serta foto melalui internet. Membuat media sosial tidak rumit bagi pengguna, dan tidak ada batasan atau waktu yang memungkinkan sehingga dapat menjadikan penggunaanya mengalami kecanduan hingga mempengaruhi kondisinya.

Sementara umumnya pengguna atau pemakai internet berasal dari berbagai kalangan masyarakat seperti mahasiswa, peneliti, pelajar serta masyarakat umum. Berdasarkan laporan hasil survei dan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna Internet Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat (Aprilia, Srianti, & Hwdrawati, 2020). Hasil survei tersebut ditunjukkan dalam Tabel 1.1 di bawah ini:

**Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet**

| No | Tahun     | Jumlah Pengguna Internet |
|----|-----------|--------------------------|
| 1. | 2017      | 143,26 Juta Jiwa         |
| 2. | 2018      | 171,17 Juta Jiwa         |
| 3. | 2019-2020 | 196,71 Juta Jiwa         |

*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*

Berdasarkan data di atas bisa dilihat bahwa senantiasa terdapat penambahan jumlah pemakai jasa internet tiap tahunnya. Juga selain informasi tersebut juga diterangkan pula dari hasil survei APJII bahwa ditemukan jumlah presentase pengguna beberapa sosial media terdapat pada Tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1. 2 Jumlah Persentase Pengguna Media Sosial**

| No | Media Sosial | Persentase |
|----|--------------|------------|
| 1. | Linkedin     | 2,1 %      |
| 2. | Twitter      | 10 %       |
| 3. | Youtube      | 61 %       |
| 4. | Instagram    | 42,3 %     |
| 5. | Facebook     | 65,8 %     |

*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*

Pengguna internet Indonesia berada pada kelompok usia muda 19-34 tahun, terhitung sekitar 49,52% dari seluruh pengguna, dan demografis terbesar adalah pelajar dalam kelompok usia ini (APJII, 2020). Sementara itu masyarakat Indonesia tergolong sebagai pemakai sosial media instagram paling banyak, 89% *Instagrammer* di kisaran usia 18 hingga 34 tahun memiliki akses ke IG (Instagram) setidaknya seminggu sekali. Survei pengguna Instagram oleh APJII meningkat dari tahun 2017 hingga 2020. Data tersebut diperlihatkan dalam Tabel 1.3.

**Tabel 1. 3 Jumlah Pengguna Instagram**

| No | Tahun     | Jumlah Pengguna Instagram |
|----|-----------|---------------------------|
| 1. | 2017      | 15 %                      |
| 2. | 2018      | 17,8 %                    |
| 3. | 2019-2020 | 42,3 %                    |

*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*

Satu diantara fungsi daripada sosial media ialah sebagai fasilitas penggunaanya untuk tujuan eksistensi melalui berbagai kreasi, ekspresi maupun presentasi sesuai dengan yang ia inginkan untuk ditunjukkan kepada khlayak ramai atau orang tertentu dalam dunia digital (Purnama & irena, 2019). Sehingga bisa diartikan pula bahwa sosial media menjadikan seseorang dapat berekspresi sesuai keinginannya sekaligus untuk mengetahui tanggapan orang lain terhadap dirinya dalam dunia digital. Berdasarkan hasil survei oleh *JWT Intelligence* dari *Into Z Future 2019*, memperlihatkan presentase terkait fungsi sosial media bagi penggunaanya yang mana didapati  $\pm 56\%$  dari pemakainya (generasi z) menggunakannya dengan tujuan

menunjukkan eksistensinya secara pribadi melalui ekspresi dirinya masing-masing sementara sisanya digunakan sebagai penunjang sebuah usaha ataupun brand tertentu (Hidayat, Saefuddin, & Sumartono, 2016). Perihal tersebut menunjukkan bahwasanya Generasi Z cenderung memakai sosial media hanya demi memperlihatkan ekspresi dirinya dan umumnya ditunjukkan dari penggunaan para kalangan dewasa awal yang cenderung masih labil dan senantiasa ingin tahu sehingga mereka berusaha mencari dan berekspresi melalui berbagai macam pilihan bersosial media yang ada (Putra & Adijanti, 2015).

Pengguna sosial media dari kalangan dewasa awal umumnya mempunyai karakter yang berbeda tiap individunya. Perihal tersebut dikarenakan perbedaan dari kepribadiannya masing-masing yang masih labil (Annisa, 2016). Berbagai penjelasan teori mengenai sosial media memperlihatkan bahwa meningkatnya jumlah pemakainya menjadikan munculnya berbagai macam bentuk dalam berinteraksi. Sementara itu yang dimaksud dengan intensitas pemakaian sosial media ialah terkait penggunaan pemakainnya selama bersosial media tersebut seperti mencakup berapa banyak pertemanan itu terbentuk serta seberapa sering sosial media tersebut diakses (Sandya, 2016). Sedangkan aspek yang dapat memberikan pengaruh terhadap intensitas pemakaian sosial media itu adalah keperluan internal seperti pencarian identitas dan harga diri, faktor motivasi sosial seperti atribusi dan kebutuhan atas informasinya seseorang, dan aspek terkait emosionalnya si pengguna. Individu yang sering menggunakan sosial media didorong oleh motivasi sosial seperti keinginan untuk diakui dan dihargai oleh lingkungan dimana orang tersebut berada (Rizki, 2017).

Survei menunjukkan bahwa sosial media yang seringkali diakses sekarang ialah instagram (Sakti, 2018). Walaupun di satu sisi hingga kini jumlah pengguna facebook masih lebih banyak dibandingkan dengan instagram namun secara hal lain atau durasi akses bisa disebut instagram tetap mampu bersaing. Semenjak instagram resmi dikeluarkan tahun 2010 hingga kini terdapat 500 juta total penggunaanya yang aktif kondisi ini tak lepas dari tampilan serta fungsi instagram itu sendiri yang bisa disebut cukup simpel dan menarik yang mana berfokus pada hubungan reciprocal, meningkatkan citra dengan berupa tampilan video berdurasi singkat serta foto.

(Sakti, 2018). Di dalam instagram juga dapat ditemui beragam fitur pendukung dengan kegunaan atau fungsi yang cukup bagus misalnya *Snapgram* yang di dalamnya ada menu *Live* serta efek kamera.

Ada satu alasan utama usia dewasa awal menggunakan Instagram sebagai platform media sosial selain digunakan untuk berkomunikasi dalam jarak jauh yakni sebagai sarana bagi para pengguna berusia dewasa awal untuk menampilkan serta memperlihatkan kondisinya secara positif di dunia digital untuk mencari sebuah perhatian atau popularitas meskipun nyatanya berbeda (Evelin & Adhishesha, 2020). Karena di dalam sosial media instagram itu sendiri difasilitasi agar setiap penggunanya bisa saling berinteraksi satu sama lain sehingga bagi kaum dewasa awal hal ini bisa dijadikan sarana membentuk jati diri atau identitas antar teman seumurannya sehingga cenderung lebih bisa dan menyukai dirinya melalui tanggapan saling interaksi dengan orang lain terhadap dirinya tersebut (Evelin & Adhishesha, 2020).

Fenomena lain yang terjadi di kalangan pengguna media sosial Instagram adalah kemampuan untuk meningkatkan promosi diri, yaitu terkait akibat yang muncul dari hasil unggahan penggunanya baik itu video maupun foto yang bagus sehingga sekaligus bisa menjadikan eksistensi atas dirinya lebih dikenal dan dinilai bagus (Rizki, 2017). Akan tetapi sosial media instagram juga dapat berdampak sebaliknya seperti yang pernah diterangkan pada artikel *Why I'm Happier Without Instagram* di State Press yang mana di dalamnya menjelaskan bahwa sosial media ini dapat menjadikan penggunanya cenderung mengalami *insecure* atau tidak jujur atas status maupun informasi terkait dirinya disertai rasa cemas atau khawatir dikarenakan ketakutannya jika mendapatkan jumlah *like* sedikit maupun komentar pengguna lain yang kurang mengenakkan terhadap unggahannya hingga membuat dirinya senantiasa mengkondisikan hasil unggahan disertai keterangan yang sempurna meskipun hal tersebut berbeda atau tak sesuai dengan yang ia alami (Avesina, 2015).

Menurut beberapa sumber yakni dari 4 orang mahasiswa Psikologi Universitas Jambi yang telah diwawancarai menyebutkan perihal yang kurang lebih juga sama. Pernyataan mahasiswi ini sesuai yang mengatakan:

*“Sangat sering, bisa berkali kali membuka walaupun tidak ada kepentingan khusus”*  
(M, Psikologi 2019)

*“Dalam beberapa waktu cukup sering saya membuka media satu ini. Terutama dalam kondisi tertentu seperti ketika hari Sabtu, Minggu, ataupun hari-hari libur lainnya.”*  
(C, Psikologi 2021)

*“estimasi saya dalam mengakses instagram 3-4 jam per hari.”* (P, Psikologi 2020)

Dalam mengupload foto di Instagram subjek juga memiliki kriteria tersendiri, dalam pengisian angket wawancara subjek mengatakan:

*“Yang biasa saja namun biasanya saya menggunakan filter baik dari instahram ataupun tezza”* (M, Psikologi 2019)

*“yang estetik dengan font warna yang monochrome.”* (P, Psikologi 2020)

*“Tidak terlalu memiliki kriteria khusus, namun cenderung bila foto tersebut memiliki preposisi yang baik dan warna yang cerah, biasanya saya akan memposting foto tersebut.”* (C, Psikologi 2021)

Tiap unggahan mereka termasuk wujud daripada ekspresinya sendiri seperti foto bersama orang terdekat, tempat yang dikunjungi dan foto makanan. Mereka seringkali mengunggah beragam kegiatannya dengan berupa foto paling baik ataupun disertai keterangan menarik. Subjek dalam mengupload foto juga memiliki referensi dari tokoh *influencer* atau *selebgram* yang mereka ikuti. Kemudian, peneliti mengajukan pertanyaan tentang bagaimana keadaan subjek jika tidak menggunakan instagram, subjek M dan P mengatakan:

*“Biasa saja namun terkadang sedikit ada kepikiran”* (M, Psikologi 2019)

*“agak ada yang janggal, karena social media utama saya untuk sekarang selain whatsapp adalah Instagram”* (P, Psikologi 2020)

Survey dari *GlobalWebIndex* menerangkan bahwa di kuartal IV, 2013, tujuan para *instagrammer* usia remaja ialah untuk membentuk identitas dirinya melalui beragam informasi, cerita maupun pengalaman yang diunggahnya. Penggunaan instagram selain memberikan dampak yang positif seperti menunjukkan eksistensi, mengembangkan diri, mencari berita atau informasi serta saling berinteraksi, ternyata juga dapat memberi pengaruh negatif seperti disalahgunakannya jejaring ini dalam hal-hal negatif serta menimbulkan sifat kecanduan hingga nantinya dapat menimbulkan sakit mental terhadap penggunanya tersebut (Septiana, 2021). Sehingga bisa disebut sosial media juga dapat mempengaruhi tindakan seseorang dalam kehidupan nyata melalui berbagai komentar antar sesama penggunanya yang mana jika hal tersebut cenderung negatif seperti *cyberbullying* maka dapat menyebabkan salah satu penggunanya umumnya remaja yang masih labil bisa depresi bahkan bunuh diri (Jaoude, Naylor, & Pignatiello, 2020).

Informasi yang diterima melalui Instagram dapat mempengaruhi gambar yang dibuat oleh akun Instagram Anda. Misalnya, jika mereka sering mencari informasi tentang kreativitas, mereka mungkin juga akan memposting sesuatu yang berbau kreativitas atau karya. Tapi jika mereka mencari informasi yang kurang bermanfaat dan malah memposting sesuatu yang berbau kreativitas, tapi pamer, sombong, dll, itu hal yang negatif (Ulfa, 2019). Postingan seperti itu ditakutkan akan merugikan orang lain dan diri mereka sendiri. Remaja ialah sebuah kondisi seseorang mengalami masa transisi yang awalnya masih berfikir dan bersikap kekanak-kanakan kemudian berubah berganti dewasa, sehingga pada kondisi tersebut mereka cenderung labil baik itu terkait urusan pribadinya maupun dengan orang lain dan cenderung lebih ingin menampakkan eksistensi diri sehingga berdampak pada harga diri atau *self esteem* (Sakti, 2018).

Pengertian *Self esteem* atau harga diri ialah anggapan atau rasa seseorang atas dirinya sendiri bahwa dirinya berhasil, dirinya mampu maupun dirinya diterima oleh sekitarnya (coopersmith dalam (Lubis, 2009). Penilaian tersebut merepresentasikan sebuah perilaku, dalam bentuk diterima ataupun ditolak, tergantung pada kemampuan serta nilai-nilai pribadi dalam memperlihatkan seberapa jauh seseorang memiliki kepercayaan jika kompeten, sukses, memiliki arti

terhadap yang lain serta berharga. Oleh karena itu selayaknya setiap orang memiliki harga diri normal yakni merasa baik dan menerima apapun adanya dirinya, tanpa terlalu sering memerhatikan nilai dari orang lain. Karena jika seseorang tak memiliki harga diri atau harga dirinya rendah maka dirinya cenderung lebih mudah frustrasi dan depresi dikarenakan pendapat negatif dari sekitarnya sementara yang dapat menjadikannya senang hanyalah tanggapa positif serta pujian dari orang lain setiap saat, sementara hal tersebut adalah hal yang tidak mungkin karena tentunya tidak setiap saat orang lain akan memuji dirinya (Adi & Yudiati, 2009).

Harga diri seringkali dianggap sebagai komponen fundamental dalam perkembangan kepribadian seseorang. Kemampuan untuk menunjukkan rasa hormat terhadap orang lain mungkin terhambat jika individu tidak mampu menumbuhkan rasa harga diri. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa harga diri memainkan peran penting dalam pengembangan konsep diri individu, memberikan dampak yang signifikan terhadap sikap dan perilaku mereka (Srisayekti & Setiady, 2015). Fakta hari ini membuktikan bahwa pemakaian social media dapat memberikan pengaruh pada harga diri remaja, yakni publikasi remaja dengan cara menampilkan foto yang anggapnya menarik. Sukmasari (2013), dari foto tersebut akan didapatkan respon berupa “likes, dank omen” sehingga hal ini dapat memberikan dampak harga diri seorang remaja, bahkan dapat memunculkan rasarendah diri ataupun iri hati.

Sementara itu terkait fungsi dari fitur instagram seperti *comment & like* sebagai sarana interaksi pembentuk identitas diri (*self esteem*) pada penggunaannya namun juga memiliki fungsi selaku quantifiable social endorsement, yakni selaku wujud dukungan secara sosial (Sherman, Payton, & dkk, 2016). Hal tersebut bisa dilihat dari respon umum para pengguna instagram yang mana jika mereka memperoleh *like* banyak disertai komentar baik maka pengunggah tersebut cenderung bahagia dan terekspresikan dalam dunia nyatanya. Akan tetapi sebaliknya jika *like* nya sedikit disertai komentar yang negatif dapat menjadikan mental pengunggahnya jatuh hingga berpengaruh didunia nyata seperti depresi hingga bunuh diri karena dirasa sudah tak memiliki harga diri (Nesi & Prinstein, 2015).

Selain itu, menurut (Woods & Scott, 2016), para *instagrammer* berusia remaja cenderung mempunyai harga diri rendah kurang atau rendah karena masih labil sisi emosionalnya. Menurut survei atau penelitian dari (Mulyani, Mikarsa, & Puspitawati, 2018) menemukan bahwa terdapat korelasi antara harga diri dengan seberapa sering seseorang mengakses instagram, dikarenakan kebutuhan atas pengakuan atau pujian orang lain. Selain itu Raymer (2015) juga menemukan bahwasanya terdapat korelasi antara seberapa sering *instagrammer* mengakses instagram dengan harga dirinya. Hal tersebut didasarkan atas beberapa temuan yang mana *instagrammer* dengan harga diri normal cenderung ingin lebih menaikkan popularitasnya dengan memakai instagram, sementara individu atau *instagrammer* lain dengan harga diri kurang menggunakan instagram hanya demi diterima dan diakui di lingkungannya.

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan sejumlah fakta serta temuan dari beberapa ahli di atas terkait fitur-fiturnya instagram seperti tombol suka dan komentar yang mana bisa memberi pengaruh terhadap harga diri seorang pengguna tersebut maka adanya hal tersebut menjadikan pertanyaan apakah ada Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan informasi yang telah disajikan sejauh ini mengenai konteksnya, maka rumusan masalah penelitian adalah “Apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berikut ini adalah tujuan yang ingin dicapai dengan penelitian ini:

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara jumlah waktu yang dihabiskan di platform media sosial Instagram dan tingkat harga diri yang dimiliki oleh mahasiswa psikologi Universitas Jambi.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara intensitas yang dihabiskan di platform media sosial seperti Instagram dan tingkat harga diri seseorang.
- b. Untuk memperkirakan besarnya intensitas mahasiswa Universitas Jambi dalam memanfaatkan platform jejaring sosial Instagram.
- c. Untuk mengetahui tingkat harga diri Mahasiswa Universitas Jambi.
- d. Untuk mengetahui nilai koefisien antara hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan harga diri Mahasiswa Universitas Jambi.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang akan diperoleh dari dilakukannya penelitian ini:

#### a. Manfaat Teoritis

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan yang berharga bagi bidang psikologi dengan memperluas basis pengetahuan dan mendorong penyelidikan ilmiah, khususnya dalam bidang psikologi sosial yang berkaitan dengan hubungan antara pola penggunaan Instagram dan tingkat harga diri.

#### b. Manfaat Praktis

##### 1. Bagi mahasiswa atau masyarakat pengguna media sosial

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjadi pedoman dan memberikan wawasan tentang hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan harga diri, agar dapat memanfaatkan Instagram secara efektif dan menumbuhkan perilaku yang lebih positif.

##### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah bahwa temuannya dapat menjadi titik referensi untuk penelitian di masa depan, khususnya dalam mengeksplorasi korelasi antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan harga diri. Oleh karena itu, hal ini dapat berkontribusi pada kemajuan penelitian selanjutnya di bidang ini.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Responden penelitiannya ialah mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Jambi angkatan 2019, 2020, dan 2021 berjumlah 266 orang sebagai populasi yang aktif menggunakan instagram. Pemilihan responden ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik *teknik probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 73 orang mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Jambi angkatan 2019 berjumlah 22 responden, angkatan 2020 berjumlah 24 responden, dan angkatan 2021 berjumlah 27 responden.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri. Proses penelitian ini akan berlangsung selama satu bulan mulai dari pengambilan data hingga analisis data dan interpretasi data. Pengambilan data akan dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala intensitas penggunaan media sosial dan skala harga diri, sedangkan analisis data menggunakan analisis data tematik dengan cara manual.

### 1.6 Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian digunakan sebagai tinjauan dalam penelitian ini, sebagai bahan pertimbangan dalam hal keaslian yang memiliki perbedaan mendasar dari beberapa penelitian terdahulu, yang nantinya akan terlihat perbedaan antara penelitian tersebut.

**Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu**

| Penulis          | Judul                                            | Thn  | Variabel                                                    | Metode      | Hasil Penelitian                                                                                            |
|------------------|--------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Evelin Dan Made  | Hubungan Intensitas Penggunaan                   | 2020 | Intensitas Penggunaan Instagram dan <i>Self-Esteem</i>      | Kualitatif  | Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dengan self-esteem remaja. |
| Adishesa         | Instagram dan <i>Self-Esteem</i> pada Remaja     |      |                                                             |             |                                                                                                             |
| Lalu Arman       | Hubungan antara Harga Diri dan <i>Body Image</i> | 2018 | Harga Diri dan <i>Body Image</i> dengan <i>Online Self-</i> | Kuantitatif | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>online self-presentation</i> dapat diprediksi                     |
| Rozika dan Neila | Diri dan <i>Body Image</i> dengan                |      |                                                             |             |                                                                                                             |

|                                                                        |                                                                                                     |      |                                                                         |             |                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ramdhani                                                               | <i>Online Self-Presentation</i><br>pada<br>Pengguna<br>Instagram                                    |      | <i>Presentation</i>                                                     |             | berdasarkan harga diri<br>dan <i>body image</i> .                                                                              |
| Andry<br>Ivana Rizki                                                   | Hubungan<br>Antara<br>Intensitas<br>Penggunaan<br>Media Sosial<br>Instagram<br>Dengan Harga<br>Diri | 2017 | intensitas<br>penggunaan<br>media sosial<br>instagram dan<br>harga diri | Kuantitatif | Tidak ada hubungan<br>antara intensitas<br>penggunaan media<br>sosial instagram dengan<br>harga diri.                          |
| Firda<br>Dalila,<br>Asri<br>Mutiarra<br>Putri, dan<br>Prida<br>Harkina | Hubungan<br>Antara<br>Intensitas<br>Penggunaan<br>Media Sosial<br>Instagram<br>Dengan Harga<br>Diri | 2021 | Harga diri dan<br>intensitas<br>penggunaan<br>media sosial<br>instagram | Kuantitatif | Ada hubungan positif<br>signifikan antara<br>variabel intensitas<br>penggunaan media<br>sosial instagram dengan<br>harga diri. |

Tabel 1.4 memperjelas penelitian-penelitian mengenai sosial media sebenarnya sudah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan berkisar mengenai jejaring sosial sebagai media, dampak penggunaan sosial media, dan hubungan suatu fenomena dengan penggunaan sosial media tersebut. Terdapat kesamaan variabel penelitian yang dilakukan, namun terdapat juga beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada tempat penelitian, subjek penelitian, jumlah responden penelitian, Teknik pengambilan sampel penelitian, dan analisis penelitian yang digunakan. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Jambi Angkatan 2019, 2020, dan 2021 yang berjumlah 73 responden dan merupakan mahasiswa aktif sebagai subjek penelitiannya.