

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan dari intensitas terpaan informasi dari aktivitas menonton *Insta Story* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton *Insta Story*, serta sifat dari hubungannya adalah negatif. Analisis dari hasil penelitian ini dilakukan kepada 96 orang responden yang merupakan mahasiswa dalam rentang usia 18-24 tahun yang sedang menempuh studi dan berdomisili di DKI Jakarta, pengguna aktif Instagram, serta mengakses tayangan *Insta Story*. Pada hasil penelitian, dapat dinyatakan bahwa intensitas terpaan informasi dari aktivitas menonton *Insta Story* dapat memberikan pengaruh negatif pada tingkat kepercayaan diri penonton *Insta Story*, yaitu sebesar 4,8%. Hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa intensitas terpaan informasi memberikan pengaruh yang kecil namun signifikan terhadap tingkat kepercayaan diri penonton. Penelitian ini telah menjawab masalah yang telah peneliti rumuskan, yaitu bagaimana pengaruh terpaan informasi dari aktivitas menonton *Insta Story* dengan

tingkat kepercayaan diri penonton *Insta Story*? Rumusan masalah ini terjawab dengan pernyataan bahwa ada pengaruh negatif intensitas terpaan informasi dari aktivitas menonton *Insta Story* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton *Insta Story*.

B. Saran

a. Secara Akademis

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dari intensitas terpaan informasi dari aktivitas menonton *Insta Story* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton *Insta Story*. Hanya saja pada penelitian ini, peneliti tidak memberikan kategorisasi atau tidak membedakan hasil uji variabel pengaruh dan terpengaruh pada responden berdasarkan jenis kelamin, tidak seimbangnya jumlah responden laki-laki dan perempuan, serta lokasi penelitian yang hanya terfokus di wilayah DKI Jakarta. Bagi penelitian selanjutnya yang hendak mengangkat topik serupa, peneliti menyarankan agar pada penelitian berikutnya dibuat kategorisasi jawaban berdasarkan jenis kelamin. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah ada perbedaan kecenderungan dan tingkat kepercayaan diri pada penonton *Insta Story* berjenis kelamin laki-laki dan juga perempuan. Peneliti juga menyarankan agar pada penelitian selanjutnya dapat lebih menyeimbangkan jumlah responden agar data ataupun hasil yang didapatkan dapat menjadi

lebih baik. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar penelitian berikutnya tidak hanya terfokus pada wilayah DKI Jakarta, melainkan juga pada wilayah-wilayah lain di Indonesia. Hal ini bertujuan agar data yang didapatkan menjadi lebih akurat karena sampel yang digunakan lebih banyak dan beragam.

b. Secara Praktis

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dari intensitas terpapar informasi dari aktivitas menonton *Insta Story* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton *Insta Story*. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar para pengguna Instagram tidak mengakses Instagram secara berlebihan, terutama pada fitur *Insta Story* mengingat konten yang ditayangkan memiliki pengaruh negatif terhadap tingkat kepercayaan diri penontonnya.

Media sosial memang memiliki banyak manfaat dan mampu memberikan kemudahan, tetapi durasi dan frekuensi penggunaan yang berlebihan juga dapat membawa dampak buruk, secara khusus bagi kejiwaan pengguna Instagram, dalam penelitian ini adalah menurunnya tingkat kepercayaan diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agbadi, Pascal, dkk. (2020). "Media Exposure To Family Planning Contents And Adult Support For Teaching Children About Condom Use To Prevent HIV/AIDS: Findings From 2003 To 2014 Ghana Demographic Health Surveys". *Children and Youth Services Review Journal*. 1—8.
- Akoglu, H. (2018). "User's guide to correlation coefficients". *Turkish Journal of Emergency Medicine*. Vol. 18(3), 91–93.
- Anggi. (2017, 30 Mei). *Media Sosial, Demokrasi, dan Radikalisme*. Diakses dari https://kominfo.go.id/content/detail/9744/media-sosial-demokrasi-dan-radikalisme/0/sorotan_media pada 6 Agustus 2020
- Annisa, Arum Sonia Azahra Nur, Istar Yuliadi, dan Dian Nugroho. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Jurnal Wacana Psikologi*. Vol. 12(1), 86-109.
- Ardhika, Yohan Bayu Rizky. (2013). "PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE DETIK.COM TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN UMUM KARYAWAN MARA ADVERTISING YOGYAKARTA (Studi Kuantitatif Terpaan Media Online Detik.com Periode Juni 2013 dengan Tingkat

- Pengetahuan Umum Karyawan Mara Advertising Yogyakarta)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1—12.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2008). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Birda, Andri Mahardhika, Kamid, dan M. Rusdi. (2016). “Proses Atensi Pengetahuan Pada Siswa *Attention Deficit Hyperactivity Disorder* (ADHD) Dalam Memecahkan Masalah Matematika Materi Aritmetika Sosial”. *Jurnal Edu-Sains*. Vol. 5(1), 10—19.
- Budiastuti, Dyah dan Agustinus Bandur. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN: Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Budiyono, Darmanto, Daru Nupikso, dkk. (2016). *TIK dan Transformasi Sosial: Bunga Rampai Bidang Komunikasi dan Informatika*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Bullas, Jeff. (2018). *10 Types of Visual Content On Instagram That Get Shared Like Crazy*. Diakses dari <https://www.jeffbullas.com/10-types-visual-content-instagram-get-shared-like-crazy/> pada 13 Oktober 2020.
- Bungin, H. M. Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media.

Databoks. (2018, 20 Februari). *Berapa Jumlah Pengguna Internet di Indonesia?*.

Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia> pada 6 Agustus 2020

Databoks. (2018, 23 Februari). *Usia Produktif Mendominasi Pengguna Internet.*

Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet> pada 8 Agustus 2020

Databoks. (2019, 28 April). *Jumlah Penduduk Indonesia 269 Juta Jiwa, Terbesar Keempat di Dunia.* Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia> pada 5 Agustus 2020.

Delaney, Brigid. (2019, 23 April). *Most sosial media disgusts us, but in Insta Stories I have found intimacy, crushes and stalkers.* Diakses dari <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/apr/24/most-sosial-media-disgusts-us-but-in-insta-stories-i-have-found-intimacy-crushes-and-stalkers> pada 29 September 2020.

Denich, Amandha Unziila dan Ifdil. (2015). “Konsep Body Image Remaja Putri. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*”. Vol. 3(2), 55-61.

Gussman, Suzy Yolanda dan Triwulandari. (2019). “Pengaruh Terpaan Berita BPJS di Media Massa Terhadap Pembentukan Sikap Masyarakat di Kota Pekanbaru”. *Jurnal Communiverse*. Vol. 4(2), 42—50.

Haryanto, Agus Tri. (2020, 20 Februari). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> pada 14 September 2020.

Hidayat, Anwar. (2021). *Uji Pearson Product Moment dan Asumsi Klasik*. Diakses dari <https://www.statistikian.com/2012/07/pearson-dan-asumsi-klasik.html> pada Minggu, 22 Agustus 2021.

Hommel, Bernhard, dkk. (2019). “No One Knows What Attention Is”. *Journal of Atten Percept Psychophys*. Vol. 81, 2288–2303.

Hou, Su-I. (2017). “MEASURING SOCIAL MEDIA ACTIVE LEVEL (SMACTIVE) AND ENGAGEMENT LEVEL (SMENGAGE) AMONG PROFESSIONALS IN HIGHER EDUCATION”. *International Journal of Cyber Society and Education*. Vol. 10(1), 1—16.

How Many People Use Instagram Stories? [User Growth Chart]. (2019, 18 Januari). Diakses dari <https://mediakix.com/blog/how-many-people-use-instagram-stories/#:~:text=Within%20months%20of%20launch%2C%20Instagram,Instagram%20Stories%20every%20single%20day>. pada 19 September 2020.

Instagram Stories Statistics. (t.t.). Diakses dari <https://99firms.com/blog/instagram-stories-statistics/#gref> pada 19 September 2020.

Instagram. (t.t.). *Apa itu Instagram?*. Diakses dari <https://help.instagram.com/424737657584573> pada 6 Agustus 2020

Instagram. (t.t.). *Pusat Bantuan - Menggunakan Instagram: Kabar*. Diakses dari <https://help.instagram.com/1986234648360433> pada 28 September 2020.

Intravia, Jonathan, Kevin T. Wolff, Rocio Paez, dan Benjamin R. Gibbs. (2017). "Investigating the Relationship Between Sosial Media Consumption and Fear of Crime: A Partial Analysis of Mostly Young Adults". *Computers in Human Behaviour Journal*. 158—168.

Jalaluddin Rakhmat. 2001. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jiang, Shaohai dan Annabel Ngien. (2020). "The Effects of Instagram Use, Sosial Comparison, and Self-Esteem on Sosial Anxiety: A Survey Study in Singapore". *Journal of Communication and New Media*. Vol. 6(2), 1-10.

Kategori Usia Muda Berakhir di Umur 35 Tahun. (2010, Maret 18). Diakses dari <https://health.detik.com/hidup-sehat-detikhealth/d-1320296/kategori-usia-muda-berakhir-di-umur-35-tahun> pada 25 Agustus 2020.

Kevin, Dionisius dan Wulan Purnama Sari. (2018). “Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2(2), 291—297.

Kirandita, Patresia. (2017, 11 Juli). *Baik-Buruk Efek Instagram bagi Kesehatan Mental*. Diakses dari <https://tirto.id/baik-buruk-efek-instagram-bagi-kesehatan-mental-csr7> pada 20 September 2020.

Komara, Indra Bangkit. (2016). “Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Prestasi Belajar dan Perencanaan Karir Siswa”. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*. Vol. 5(1), 33—42.

Kriyantono, Rachmad. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Lavner, Yizhar dan Israel Rabinowitz. (2015). “Increasing stimulus duration improves attention and memory performance in elderly with cognitive impairment”. *Journal of Open Medicine*. Vol. 3, 1—11.

Lempa, Sarah. (2021, 05 April). *Why Are Instagram Stories So Addicting? Tapping little circles is fun, but checking in with your real circles is where it's really at*. Diakses dari <https://www.healthline.com/health/why-are-instagram-stories-so-addicting#The-story-behind-the-Stories> pada 21 Februari 2022.

Lidwina, Andrea. (2021, 02 Februari). *Kemendikbud Buka KIP Kuliah 2021, Berapa Jumlah Mahasiswa Baru di Indonesia?*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/kemendikbud-buka-kip-kuliah-2021-berapa-jumlah-mahasiswa-baru-di-indonesia> pada 20 September 2021

Macmillan, Amanda. (2017, 25 Mei). *Why Instagram Is the Worst Sosial Media for Mental Health*. Diakses dari <https://time.com/4793331/instagram-sosial-media-mental-health/> pada 20 September 2020.

Mahardika, Riangga Diko dan Farida F. (2019). “Pengungkapan Diri pada Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi*”. Vol. 3(1), 101-117.

Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Boston, New York: Pearson.

Maliano, Arsan. (2016, 14 Januari). *Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89%*. Diakses dari <https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89> pada 4 Agustus 2020

Marthasari, Yosefha Reza Erlina. (2013). “PENGARUH TINGKAT TERPAAN IKLAN DAN TINGKAT AWARENESS MEREK TERHADAP SIKAP PADA MEREK ZEE: (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tingkat Terpaan Iklan

Spot dan Sponsorship Zee dalam Acara Televisi Indonesia Mencari Bakat dan Tingkat Awareness Merek terhadap Sikap Konsumen pada Merek Zee oleh Siswa SMP Negeri 5 Depok)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Masturah, Alifah Nabilah. (2017). “Gambaran Konsep Diri Mahasiswa Ditinjau dari Perspektif Budaya. *Jurnal Ilmiah Psikologi*”. Vol. 2(2), 128-136.

Matondang, Zulkifli. (2009). “Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian”. *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*. Vol. 6(1). 87—97.

Maya, Dinda Septiani, dan Thahroni. (2018). “Hubungan Keterlibatan Ayah dengan Harga Diri Remaja Wanita”. *Jurnal Psikologi*. Vol. 1(1), 10-18.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana.

Mulyono. (2019). *Analisis Regresi Sederhana*. Diakses melalui <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/> diakses pada Minggu, 22 Agustus 2021.

Nilawati, Nandia Agy dan Farida Indriani. (2012). “PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN REFERENSI KOMUNITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KAFE KOPI MIRING DI SEMARANG”. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 1(2), 92—104.

Novianti, Rospita dan Sarita Candra merida. (2021). Self-Concept dengan Citra Tubuh pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. Vol. 10(1), 11—20.

- Nurrahmi, Febri dan Puteri Farabuana. (2020). “Efektivitas Dakwah melalui Instagram”. *Journal of Communication*. Vol. 4(1), 1—16.
- Odongo, Robert Ikoja dan Janneke Mostert. (2006). “Information Seeking Behaviour: A Conceptual Framework”. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Vol. 72(3), 145—158.
- Omar, Bayhari. (2015). *Teori Media Baru: Remediasi*. Dalam buku Antologi Esei Komunikasi: Teori, Isu, dan Amalan. Penang: Universiti Sains Malaysia
- Perez, Marcelo dan Juan M. Gomez. (2011). “Why Do People Use Sosial Networks?”. *Communications of the IIMA Journal*. Vol. 11 (2), 40-50.
- Perkasa, Gading. (2021, 30 April). *Mengapa Orang Sangat Menyukai Instagram Story?* Diakses dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/04/30/143132020/mengapa-orang-sangat-menyukai-instagram-story?page=all> pada 15 November 2021
- Peters, Brian. (2018, 08 November). *We Analyzed 15,000 Instagram Stories from 200 of the World’s Top Brands (New Stories Research)*. Diakses dari <https://buffer.com/resources/instagram-stories-research/> pada 19 September 2020.
- Priyono. (2008). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R
& D. Bandung: Alfabeta.

Yusuf, Muri. (2017). METODE PENELITIAN: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian
Gabungan. Jakarta: Kencana.

Verduyn, Philippe dkk. (2020). Social Comparison on Social Networking Sites.
Current Opinion in Pshychology Journal. Vol. 36, 1-6.

Ndraha, Jenifer FFranciska, Renatha Ernawati, dan Eustalia Wigunawati. (2021).
GAMBARAN GAYA HIDUP DAN PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI
REMAJA YANG SENANG MENGUNJUNGI KAFE. Jurnal Kajian
Bimbingan dan Konseling serta Psikologi Pendidikan. Vol. 4(2), 109-120.

Setiadi, Felix dan Dharmady Agus. (2020). HUBUNGAN ANTARA DURASI
PENGUNAAN JEJARING SOSIAL DAN TINGKAT FEAR OF MISSING
OUT DI KALANGAN MAHASISWA KEDOKTERAN DI JAKARTA.
Jounal of Medicine . Vol. 19(1), 62-69.

Nugraha, Jevi. (2021). Pengertian Informasi beserta Jenis dan Fungsinya, Perlu
Diketahui. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jateng/pengertian->

informasi-beserta-jenis-dan-fungsinya-perlu-diketahui-kln.html pada 09
Februari 2022

Pangestu, Chairunnisa, Hierominus Sujati, dan Herwin Herwin. (2020). Pengaruh self efficacy dan pengasuhan orang tua terhadap kepercayaan diri siswa. Vol. 11(1), 35-42.

Hapasari, Aulia dan Emiliana Primastuti. (2014). KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWI PAPUA DITINJAU DARI DUKUNGAN TEMAN SEBAYA. Jurnal Psikologi. Vol. 13(1), 60-72.

Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.

Raharjo, Sahid. (2014). *Cara Melakukan Analisis Korelasi Bivariate Pearson SPSS*. Diakses dari <https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-korelasi-dengan-spss.html> pada Selasa, 24 Agustus 2021.

Rahim, Muhammad, Endang Erawan, dan Jonathan Alfando. (2018). “Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa-Siswi Jurusan Multimedia di SMK Negeri 1 Samarida)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 6(3), 263-275.

Rakhara, Rinaldi Sofyan. (2016, 04 Agustus). *CEO Instagram Akui Jiplak Snapchat*.

Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160804101108-185-149134/ceo-instagram-akui-jiplak-snapchat> pada 19 September 2021

Raut, Vishranti dan Prafulla Patil. (2016). "Use of Sosial Media in Education: Positive and Negatif Impact on the Students". *Jurnal Internasional Inovasi dan Tren Terkini dalam Komputasi dan Komunikasi*. Vol. 4(1): 281-285.

Ristekdiki. (2019). *Statistik Pendidikan Tinggi*. Jakarta: Ristekdikti.

Rosli, Kartina. (2019, 31 Oktober). *Instagram: King of Visual Platform*. Diakses dari <https://marketinginasia.com/2019/10/31/instagram-king-of-visual-platform/> pada 24 Oktober 2020.

Rousseau, Cella Lao dan Tory Foulk. *Instagram: Everything you need to know!*. Diakses dari <https://www.imore.com/instagram#:~:text=Instagram%20is%20a%20sosial%20media,you%20don't%20get%20overwhelmed> pada 28 September 2020.

Saputra, Andi. (2019). "SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG MENGGUNAKAN TEORI *USES AND GRATIFICATIONS*". *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*. Vol. 40(2), 207—216.

- Saputri, Desi Indah, Joko Siswanto, dan Sukamto. (2019). “Pengaruh Perhatian Orang Tua dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar”. *Jurnal Pedagogi dan Pembelajaran*. Vol. 2(3), 360—376.
- Sari, Irma Lailah, Luluk Asmawati, dan Laily Rosidah. (2020). “Hubungan Kelekatan Orangtua dengan Kepercayaan Diri Anak Usia 4-5 Tahun di TK Se-Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang-Banten”. *Jurnal Paud FKIP Untirta*. Vol. 7(1), 23-34.
- Sari, Yonita Prateka. (2013). “Pengaruh Terpaan Informasi Melalui Internet tentang Pariwisata terhadap Motivasi Komunitas Penggemar Traveling Berkunjung ke Yogyakarta (Studi Eksplanatif pada Website www.jogjatrip.com di Kalangan Anggota Komunitas Backpacker Malang Raya)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1—13.
- Setiadi, Yaya. (2018). HUBUNGAN KONSEP DIRI, KECERDASAN EMOSIONAL, DAN KECEMASAN BELAJAR DENGAN PRESTASI BELAJAR MAHASISWA. *Jurnal Nasional Pendidikan Matematika*. Vol. 2(1), 119—132.
- Setyawan, Ary, Reni Nuraeni, dan Agus Aprianti. (2015). “PENGARUH TERPAAN TAYANGAN TELEVISI TERHADAP SIKAP PENGGUNA PESAWAT TERBANG DI BANDARA JUANDA SURABAYA (Studi Pasca Kejadian Jatuhnya Pesawat Domestik Di Televisi Lima Tahun Terakhir)”. *Jurnal Manajemen*. Vol. 2(3), 4417—4423.

- Sheldrake, Richard. (2016). "Confidence as motivational expressions of interest, utility, and other influences: Exploring under-confidence and over-confidence in science students at secondary school". *International Journal of Educational Research*. Vol. 76, 50—65.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. (2006). *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supardi. (1993). "Populasi dan Sampel". *Laporan Penelitian Universitas Islam Indonesia*. Diakses dari <https://journal.uui.ac.id/Unisia/article/download/5325/4958> pada Senin, 26 April 2021.
- Susilo, Mohammad. (2017, 8 Agustus). *Jakarta Kalahkan New York dan London di Instagram*. Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-40857939> pada 16 Agustus 2020.
- Tiffany, Kaitlyn. (2020, 17 Maret). *You Have a Moral Responsibility to Post Your Boring Life on Instagram*. Diakses dari

<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2020/03/sosial-distancing->

[sosial-media-post-more/608194/](https://www.theatlantic.com/technology/archive/2020/03/sosial-distancing-sosial-media-post-more/608194/) pada 29 September 2020.

Tillman, Maggie. (2018, 29 Juni). *What are Instagram Stories and how do they work?*. Diakses dari [https://www.pocket-](https://www.pocket-lint.com/apps/news/instagram/138416-what-is-instagram-stories-and-how-does-it-work)

[lint.com/apps/news/instagram/138416-what-is-instagram-stories-and-how-](https://www.pocket-lint.com/apps/news/instagram/138416-what-is-instagram-stories-and-how-does-it-work)
[does-it-work](https://www.pocket-lint.com/apps/news/instagram/138416-what-is-instagram-stories-and-how-does-it-work) pada 28 September 2020.

Wang, R. Adele H. (2017). Social support and mental health in late adolescence are correlated for genetic, as well as environmental, reasons. *Scientific Reports*. DOI: 10.1038/s41598-017-13449-2

West, Richard and Turner, Lynn H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Edisi 5—buku 2. Terjemahan oleh Bhimasena dan Pratiwi. Jakarta: Salemba Humanika.

West, Richard dan Lynn H. Turner. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Edisi 4. New York: McGraw-Hill.

Yusuf, A. Muri. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan, nama saya Yohanes Hendri Suryatama, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2017. Saya saat ini sedang menyusun skripsi yang berjudul “Hubungan Intensitas Terpaan Informasi dari Aktivitas Menonton *Insta Story* dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Penonton *Insta Story*”. Untuk itu, saya memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner berikut sebagai keperluan pencarian data. Data yang diperoleh hanya untuk keperluan akademis.

Identitas Responden

1. Nama:
2. Usia:
3. Kesibukan saat ini:
 - a. Sekolah
 - b. Kuliah
 - c. Bekerja

4. Apakah Anda saat ini sedang berkuliah dan berdomisili di Jakarta? **Jika tidak**, Anda dapat berhenti di sini dan tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
- a. Ya b. Tidak
5. Apakah Anda pengguna Instagram? **Jika tidak**, Anda dapat berhenti di pertanyaan ini dan tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
- a. Ya b. Tidak
6. Apakah Anda mengakses Instagram dalam 7 hari belakangan? Jika tidak, Anda dapat berhenti di pertanyaan ini dan tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.
- a. Ya b. Tidak
7. Apakah Anda mengakses Insta Story saat menggunakan Instagram? **Jika tidak**, Anda dapat berhenti di pertanyaan ini dan tidak melanjutkan ke

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya mendengarkan audio/ suara yang muncul di <i>Insta Story</i>		
2	Saya melihat visual (foto/ video) yang tampil di <i>Insta Story</i>		
3	Saya membaca tulisan yang ada di <i>Insta Story</i>		

pertanyaan berikutnya.

- a. Ya b. Tidak

Terpaan Informasi

Terpaan Informasi: Penggunaan Media (Frekuensi)

No	Pertanyaan	Setiap Hari	Beberapa Kali dalam Satu Minggu	Satu Minggu Sekali	Beberapa Kali dalam Satu Bulan	Satu Bulan Sekali
1	Seberapa sering saya mengakses Insta Story dalam satu bulan					

Terpaan Informasi: Penggunaan Media (Durasi)

No	Pertanyaan	> 12 jam	7—12 jam	4—6 jam	1—3 jam	< 1 jam
1	Perkiraan total waktu yang saya habiskan untuk					

	menonton Insta Story dalam satu hari					
--	--------------------------------------	--	--	--	--	--

Terpaan Informasi: Atensi Audiens

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya memperhatikan apa yang saya tonton di Insta Story		
2	Saat dapat fokus menyaksikan saat menonton Insta Story		
3	Saya dapat mengabaikan hal lain saat saya menonton Insta Story		
4	Saat menonton tayangan Insta Story, saya dalam keadaan sadar		
5	Saya dapat mengingat apa yang telah saya lihat di Insta Story		
6	Saya dapat bercerita pada orang lain tentang Insta Story yang sudah saya lihat		
7	Saya hanya menonton Insta Story dari orang-orang tertentu, misalnya orang yang saya kenal ataupun orang yang menurut saya menarik		

8	Kadang saya menonton ulang Insta Story tertentu agar bisa ingat dengan isi kontennya		
9	Saya mengabaikan konten Insta Story yang tidak menarik bagi saya		
10	Terkadang, saya takut ketinggalan kabar atau tren terkini dari Insta Story		
11	Kadang saya juga menonton ulang Insta Story tertentu agar bisa lebih paham dengan isi kontennya		
12	Saat belum menonton Insta Story, saya jadi kurang tahu kabar atau tren terkini		
13	Saya menikmati aktivitas menonton Insta Story		
14	Saya menonton Insta Story sehingga dapat mengetahui kabar atau tren terkini		
15	Saya paham dengan konten yang saya lihat di Insta Story		

Efek Terpaan Informasi: Efek Afektif (Kepercayaan Diri)

Keterangan:

SS = Sangat Setuju, S = Setuju, N = Netral, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Ya	Tidak
----	------------	----	-------



1	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk mengenali potensi diri yang saya miliki		
2	Menonton Insta Story membuat saya mampu mengembangkan potensi diri saya		
3	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk menetapkan standard pada <i>goals</i> yang saya buat		
4	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk memberikan penghargaan kepada diri sendiri (self-reward) apabila tujuan (<i>goals</i>) saya tercapai.		
5	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk berjuang lebih keras ketika saya mengalami kegagalan		
6	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk tidak menyalahkan orang lain atas kegagalan yang saya alami		
7	Menonton Insta Story membuat saya mampu		

	untuk berintrospeksi diri atas kegagalan yang saya alami		
8	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk mengatasi perasaan negatif (perasaan tertekan atau stres, kekecewaan, dan rasa ketidakmampuan) yang saya rasakan.		
9	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk mengatasi kecemasan yang saya alami		
10	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk bersikap tenang dalam menghadapi segala sesuatu.		
11	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk berpikir positif terhadap kehidupan yang saya jalani.		
12	Menonton Insta Story membuat saya mampu untuk melangkah maju.		

Lampiran 2

VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL TERPAAN INFORMASI (X)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

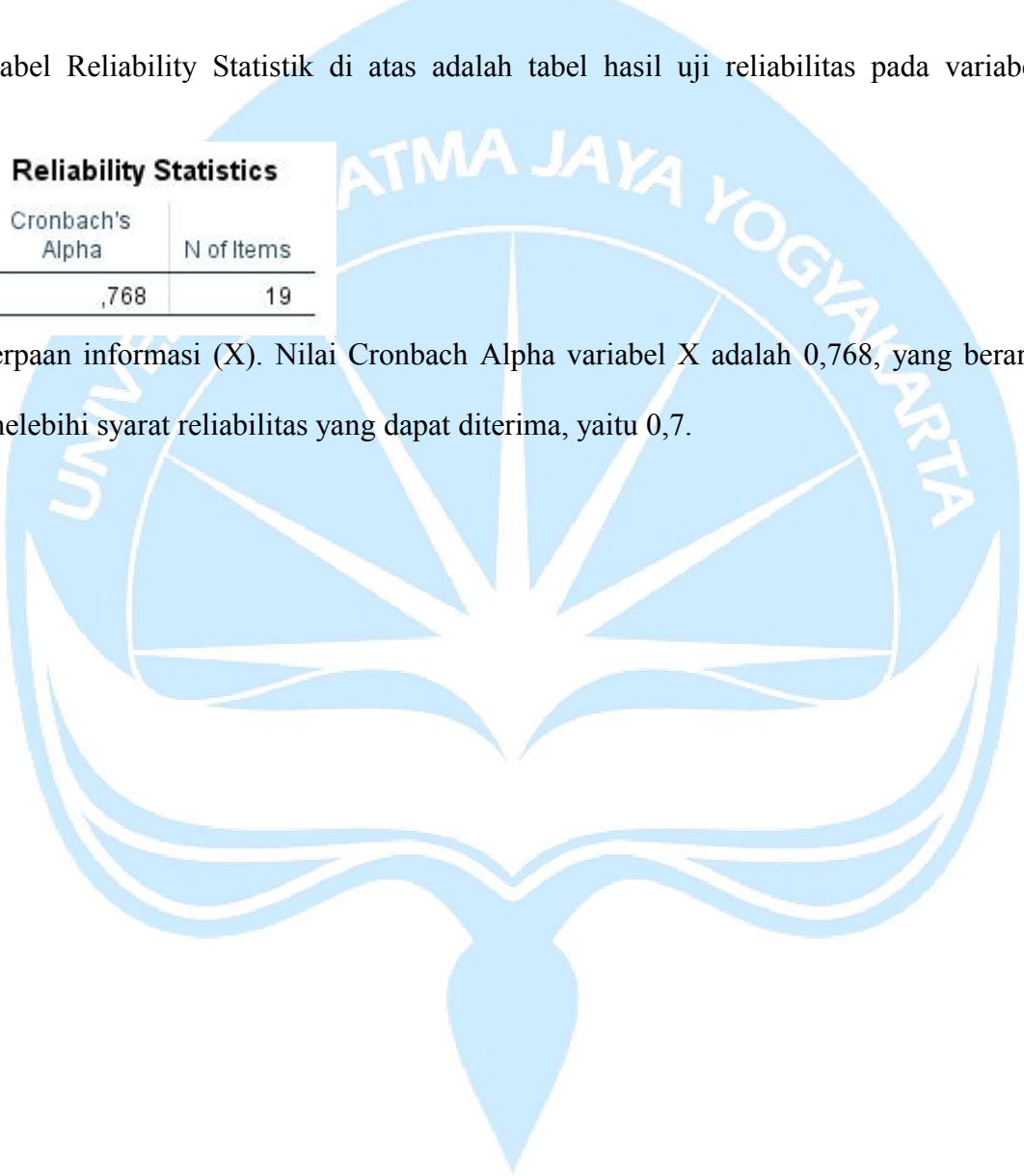
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel Case Processing Summary adalah tabel yang memberikan informasi mengenai jumlah sampel yang diuji validitas dan reliabilitasnya. N-nya adalah 40 responden.

Q08	Q09	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	TOTAL
,236	,161	,236	,230	,161	,083	,047	,242	,134	,073	,086	,043	,238	,561**
,143	,320	,143	,154	,320	,612	,774	,133	,411	,653	,599	,793	,139	,000
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
,274	,305	,274	,267	,305	,186	,191	,086	,091	,405**	,183	-,075	,178	,699**
,087	,056	,087	,096	,056	,250	,239	,598	,578	,010	,269	,647	,272	,000
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
,000	,066	,192	,250	,066	,287	,306	,154	,145	-,020	,327*	-,070	,444**	,358*
1,000	,687	,234	,120	,687	,073	,055	,344	,370	,903	,040	,668	,004	,023
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
-,044	,224	,306	,378*	,423**	,172	,260	-,224	,082	,023	,053	,040	-,126	,422**
,789	,165	,055	,016	,007	,288	,105	,165	,613	,890	,746	,808	,439	,007
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
,190	,134	,038	-,066	,134	-,003	-,106	,212	-,014	,091	-,009	,352*	,285	,314*
,240	,409	,816	,687	,409	,984	,516	,189	,930	,578	,955	,026	,075	,048
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
,277	,348*	,277	,320*	,348*	,138	,698**	,074	-,105	-,297	-,067	-,118	-,053	,340*
,083	,028	,083	,044	,028	,397	,000	,651	,520	,063	,680	,470	,744	,032
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
,131	,224	,131	,189	,622**	,172	,260	-,025	,082	,023	-,159	,040	-,126	,422**
,421	,165	,421	,243	,000	,288	,105	,879	,613	,890	,328	,808	,439	,007
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
1	,646**	,067	,144	,190	-,088	,132	-,038	,000	,173	-,081	-,061	,000	,369*
	,000	,683	,374	,240	,591	,415	,816	1,000	,286	,620	,711	1,000	,019
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
,646**	1	,190	,263	,307	-,003	,196	-,134	-,014	,091	,175	-,062	-,154	,444**

Tabel di atas adalah tabel hasil uji validitas pada variabel terpaan informasi (X). Peneliti menggunakan jumlah responden sebanyak 40 dalam pengujian ini. Sementara nilai R tabel pada taraf signifikansi 5% untuk 40 responden adalah 0,312.

Tabel Reliability Statistik di atas adalah tabel hasil uji reliabilitas pada variabel



Cronbach's Alpha	N of Items
,768	19

terpaan informasi (X). Nilai Cronbach Alpha variabel X adalah 0,768, yang berarti melebihi syarat reliabilitas yang dapat diterima, yaitu 0,7.

VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL TINGKAT KEPERCAYAAN

DIRI (Y)

		Correlations												
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	1	,675**	,345*	-,036	,108	,187	-,025	,274	,427**	,130	,056	,108	,510**
	Sig. (2-tailed)		,000	,029	,825	,505	,248	,881	,087	,006	,425	,730	,505	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y02	Pearson Correlation	,675**	1	,430**	,007	,007	,102	,208	,051	,232	,123	,128	,306	,489**
	Sig. (2-tailed)	,000		,006	,963	,963	,532	,198	,753	,149	,448	,431	,054	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y03	Pearson Correlation	,345*	,430**	1	,306	,306	,242	,208	,159	,232	,338*	,361*	,306	,614**
	Sig. (2-tailed)	,029	,006		,054	,054	,132	,198	,326	,149	,033	,022	,054	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y04	Pearson Correlation	-,036	,007	,306	1	,608**	,544**	,146	,205	,119	,183	,489**	,412**	,524**
	Sig. (2-tailed)	,825	,963	,054		,000	,000	,368	,204	,464	,258	,001	,008	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y05	Pearson Correlation	,108	,007	,306	,608**	1	,728**	,412**	,489**	,400*	,183	,336*	,412**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,505	,963	,054	,000		,000	,008	,001	,011	,258	,034	,008	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y06	Pearson Correlation	,187	,102	,242	,544**	,728**	1	,368*	,403*	,438**	,377*	,273	,359*	,681**
	Sig. (2-tailed)	,248	,532	,132	,000	,000		,019	,010	,005	,017	,089	,023	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y07	Pearson Correlation	-,025	,208	,208	,146	,412**	,368*	1	,139	,081	,124	,021	,146	,339*
	Sig. (2-tailed)	,881	,198	,198	,368	,008	,019		,392	,620	,446	,899	,368	,032

Tabel di atas adalah tabel hasil uji validitas pada variabel tingkat kepercayaan diri (Y). Peneliti menggunakan jumlah responden sebanyak 40 dalam pengujian ini. Sementara nilai R tabel pada taraf signifikansi 5% untuk 40 responden adalah 0,312.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	12

Tabel Reliability Statistik di atas adalah tabel hasil uji reliabilitas pada variabel tingkat kepercayaan diri (Y). Nilai Cronbach Alpha variabel Y adalah 0,822, yang berarti melebihi syarat reliabilitas yang dapat diterima, yaitu 0,7.

TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140

DISTRIBUSI FREKUENSI

1. Distribusi Frekuensi Profil Responden

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	45	46,9	46,9	46,9
	perempuan	51	53,1	53,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	15	15,6	15,6	15,6
	19	8	8,3	8,3	24,0
	20	20	20,8	20,8	44,8
	21	19	19,8	19,8	64,6
	22	10	10,4	10,4	75,0
	23	14	14,6	14,6	89,6
	24	10	10,4	10,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Kesibukan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kuliah	81	84,4	84,4	84,4
	kuliah dan kerja	15	15,6	15,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	96	100,0	100,0	100,0

2. Distribusi Frekuensi Intensitas Terpaan Informasi

Frequency Table

		frekuensi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	beberapa kali dalam seminggu	37	38,5	38,5	38,5
	setiap hari	59	61,5	61,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

		durasi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jam	51	53,1	53,1	53,1
	1-3 jam	19	19,8	19,8	72,9
	4-6 jam	26	27,1	27,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

		memperhatikan insta story			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	2	2,1	2,1	2,1
	ya	94	97,9	97,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

		fokus menyaksikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	13	13,5	13,5	13,5
	ya	83	86,5	86,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

		mengabaikan hal lain			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	21	21,9	21,9	21,9
	ya	75	78,1	78,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

mendengarkan audio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	9	9,4	9,4	9,4
	ya	87	90,6	90,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

melihat visual

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	13	13,5	13,5	13,5
	ya	83	86,5	86,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

membaca tulisan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	17	17,7	17,7	17,7
	ya	79	82,3	82,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

menonton dalam keadaan sadar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	16	16,7	16,7	16,7
	ya	80	83,3	83,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

hanya menonton insta story tertentu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	17	17,7	17,7	17,7
	ya	79	82,3	82,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

menonton ulang agar ingat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	57	59,4	59,4	59,4
	ya	39	40,6	40,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

mengabaikan insta story lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	4	4,2	4,2	4,2
	ya	92	95,8	95,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

takut ketinggalan informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	79	82,3	82,3	82,3
	ya	17	17,7	17,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

menonton ulang agar paham

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	29	30,2	30,2	30,2
	ya	67	69,8	69,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

menikmati insta story

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	15	15,6	15,6	15,6
	ya	81	84,4	84,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

paham dengan konten insta story

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	10	10,4	10,4	10,4
	ya	86	89,6	89,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

3. Distribusi Frekuensi Kepercayaan Diri

Frequency Table

mengenal potensi diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	36	37,5	37,5	37,5
	ya	60	62,5	62,5	100,0
Total		96	100,0	100,0	

mengembangkan potensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	31	32,3	32,3	32,3
	ya	65	67,7	67,7	100,0
Total		96	100,0	100,0	

dapat menetapkan standard

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	30	31,3	31,3	31,3
	ya	66	68,8	68,8	100,0
Total		96	100,0	100,0	

TOTAL JAWABAN RESPONDEN PADA MASING-MASING VARIABEL

KATEGORI JAWABAN X

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat rendah	15	15,6	15,6	15,6
	rendah	25	26,0	26,0	41,7
	tinggi	28	29,2	29,2	70,8
	sangat tinggi	28	29,2	29,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

kategori jawaban y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat rendah	3	3,1	3,1	3,1
	rendah	16	16,7	16,7	19,8
	tinggi	33	34,4	34,4	54,2
	sangat tinggi	44	45,8	45,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

UJI KORELASI VARIABEL

Correlations

		Intensitas Terpaan Informasi	Tingkat Kepercayaan Diri
Intensitas Terpaan Informasi	Pearson Correlation	1	-,220 [*]
	Sig. (2-tailed)		,031
	N	96	96
Tingkat Kepercayaan Diri	Pearson Correlation	-,220 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,031	
	N	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,220 ^a	,048	,038	2,796

a. Predictors: (Constant), Intensitas terpaan informasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37,330	1	37,330	4,775	,031 ^b
	Residual	734,910	94	7,818		
	Total	772,240	95			

a. Dependent Variable: Tingkat kepercayaan diri

b. Predictors: (Constant), Intensitas terpaan informasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,988	1,561		7,682	,000
	Intensitas terpaan informasi	-,176	,081	-,220	-2,185	,031

a. Dependent Variable: Tingkat kepercayaan diri