

NASKAH PUBLIKASI

**HARGA DIRI DAN KECANDUAN *SMARTPHONE* PADA  
REMAJA SMA DI YOGYAKARTA**



Oleh :

Ajeng Rustina Dewi

Sumedi P. Nugraha



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

2018

NASKAH PUBLIKASI

**HARGA DIRI DAN KECANDUAN *SMARTPHONE* PADA  
REMAJA SMA DI YOGYAKARTA**



Dosen Pembimbing  
Drs. Sumcdi P. Nugraha, Ph.D.Psi

# HUBUNGAN HARGA DIRI DAN KECANDUAN *SMARTPHONE* PADA REMAJA SMA DI YOGYAKARTA

**Ajeng Rustina Dewi**  
Sumedi P. Nugraha

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan kecanduan *smartphone* pada remaja SMA 1 Muhammadiyah Prambanan Sleman. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan positif antara harga diri remaja dengan kecanduan *smartphone*, dimana semakin tinggi harga diri remaja semakin tinggi kecanduan *smartphone*, dan sebaliknya semakin rendah harga diri remaja akan mendapatkan perilaku kecanduan *smartphone* yang rendah. Responden dalam penelitian ini adalah 160 siswa SMA 1 Muhammadiyah Prambanan Sleman. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan skala yang dibuat oleh peneliti, berdasarkan pada skala persepsi penjelasan tentang aspek harga diri oleh Coopersmith (2000), dan kecanduan *smartphone* berdasarkan aspek Kwon (2013). Teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah teknik korelasi *Spearman product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan positif yang signifikan antara harga diri dan remaja kecanduan *smartphone* di SMA Negeri 1 Muhammadiyah Prambanan Sleman  $\{r = -0.000, p = 0,322 (p > 0,01) \text{ in } \}$ , hipotesis ini tidak diterima.

**Keywords:** Self-esteem, Smartphone Addiction, Adolescent

## Pengantar

Salah satu perkembangan teknologi di era globalisasi adalah hadirnya *smartphone*. Dewasa ini hampir semua orang dari berbagai kalangan menggunakan *smartphone*, karena *smartphone* sangat mudah diperoleh dengan harga yang terjangkau. Penggunaan *smartphone* saat ini semakin meningkat karena berbagai fitur aplikasi yang terdapat pada *smartphone* dapat memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya (Wijanarko, 2014).

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun (2012) dari 42 kota di seluruh pulau Indonesia dan hasil survei menunjukkan bahwa pengguna *smartphone* pada kalangan siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) berada pada posisi pertama dengan persentase 47,9 persen, kemudian untuk tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 11,3 persen, dan tingkat Sekolah Dasar (SD) sebanyak 7,5 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja SMA berada pada rentang usia pengguna *smartphone* tertinggi.

Penggunaan *smartphone* pada remaja SMA dipengaruhi oleh kebutuhan remaja terhadap *smartphone* sebagai identitas mereka dimana remaja menggunakan *smartphone* untuk menjaga hubungan sosialnya dan memperluas jaringan pertemanannya (Oksman & Turtiainen, 2004). Santrock (2007) berpendapat bahwa remaja usia (16-19 tahun) yang didominasi oleh siswa SMA mulai memikirkan tentang hubungan dengan lawan jenis dan eksplorasi identitas yang lebih dominan dibandingkan usia perkembangan sebelumnya, sehingga mereka akan lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan

tersebut. *Smartphone* merupakan ponsel dengan fitur canggih dan memiliki fungsi lain selain untuk melakukan panggilan telepon dan mengirim pesan teks.

*Smartphone addiction* adalah suatu bentuk keterikatan atau kecanduan terhadap *smartphone* yang memungkinkan terjadinya masalah sosial seperti halnya menarik diri dan kesulitan dalam performa aktivitas sehari-hari atau sebagai gangguan kontrol impuls terhadap diri seseorang. Individu yang mengalami *smartphone addiction* menunjukkan perilaku seperti selalu membawa pengisi daya *smartphone* kemanapun, kesulitan untuk berhenti menggunakan *smartphone* dan akan mudah tersinggung apabila diganggu saat sedang menggunakan *smartphone*, mereka juga menjadi kesulitan untuk berkonsentrasi dalam menyelesaikan tugas di sekolah atau saat bekerja karena keinginan yang besar untuk terus menggunakan *smartphone* serta mereka menjadi kesulitan untuk berhenti menggunakan *smartphone* (Kwon, dkk. 2013).

Seseorang yang memiliki tingkat *self esteem* yang rendah akan menjadi kurang percaya diri, kehilangan kontrol diri, perasaan gagal dan memiliki kepribadian yang lebih rentan untuk mengalami kecanduan (Aydin & Sari, 2011). *Smartphone* membantu mereka untuk tetap bisa terhubung dengan orang lain tanpa harus merasakan sakit secara psikologis dan emosional. Remaja yang memiliki tingkat *self esteem* rendah juga menjadikan *smartphone* sebagai pelarian diri dari segala hal yang membuat mereka tidak nyaman dan tertekan (Albarashdi, dkk. 2016)

Coopersmith (2000) menyatakan bahwa *self esteem* adalah evaluasi yang dibuat oleh masing-masing individu dan secara berbeda mengatur kebanggaan

kepada dirinya sendiri. Santrock (2007) mengungkapkan bahwa harga diri (*self esteem*) adalah suatu dimensi evaluasi subjektif mengenai diri secara keseluruhan sering disebut juga sebagai martabat diri atau kebermaknaan diri (*self worth*) atau citra diri atau gambaran diri (*self image*). Harga diri yang tinggi mencerminkan penilaian yang menyenangkan terhadap dirinya sendiri, sedangkan harga diri yang rendah menunjukkan penilaian yang tidak menyenangkan tentang diri sendiri.

Berdasarkan pengertian tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana *self-esteem* mempengaruhi *smartphone addiction* pada remaja SMA..

### **Hipotesis**

Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara *smartphone addiction* dan *self-esteem* pada remaja. Semakin tinggi *self-esteem* remaja maka semakin tinggi perilaku *smartphone addiction*, dan sebaliknya semakin rendah *self-esteem* remaja maka semakin rendah pula perilaku *smartphone addiction*

### ***Self-esteem***

Coopersmith (2000) menyatakan bahwa *self esteem* adalah evaluasi yang dibuat oleh masing-masing individu dan secara berbeda mengatur kebanggaan kepada dirinya sendiri. Hal ini dapat terlihat dari perilaku menerima atau menolak dan mengindikasikan seberapa besar seorang individu percaya terhadap dirinya sendiri dalam hal kemampuan, keberartian, kesuksesan, dan keberhargaan dirinya. Secara singkat, *self esteem* merupakan penilaian pribadi dari kelayakan diri yang ditunjukkan melalui perilaku individu terhadap dirinya sendiri.

Coopersmith (2000) menyimpulkan 5 elemen utama yang memiliki kontribusi dalam perkembangan *self esteem*:

- a. Perlakuan hormat, penerimaan, dan empati yang ia dapatkan dari orang yang berarti dalam hidupnya.
- b. Sejarah kesuksesan, status, dan posisi yang pernah dimiliki
- c. Cara menginterpretasi keberhasilan berdasarkan nilai dan aspirasi masing-masing individu
- d. Cara seseorang menghadapi kegagalan atau belum tercapainya prestasi sesuai apa yang ia inginkan
- e. Beberapa perilaku sosial seperti kemandirian, kepemimpinan, dan popularitas yang secara teoritis berhubungan dengan tingginya *self esteem*.  
Memiliki *self esteem* yang tinggi berarti seorang individu menyukai dirinya sendiri sebaliknya orang yang memiliki *self esteem* rendah cenderung tidak menyukai dirinya sendiri.

### **Aspek-Aspek *Self esteem***

Terdapat beberapa aspek yang menjadi perhatian seseorang menilai kemampuan dirinya sendiri. Coopersmith (2000) mengungkapkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam mengungkap bagaimana seseorang menilai dirinya sendiri terkait dengan beberapa pengalaman dari aspek-aspek berikut:

- a. *Significance* (keberartian)

Berbeda seperti teman, keluarga juga termasuk di dalamnya.

Keberartian merupakan penilaian seseorang tentang keberartian dirinya

bahwa dia diterima, diperhatikan dan disayang oleh orang-orang disekitarnya. Setiap individu menginginkan dirinya dapat berarti bagi orang lain. Kesuksesan dari aspek ini dinilai berdasarkan perhatian, sikap ramah, dan hormat serta ekspresi cinta atau sayang orang lain terhadap diri kita. Penerimaan (*acceptance*) dan popularitas (*popularity*) merupakan dua hal yang menunjukkan bahwa pada umumnya individu tidak diterima dan dihargai oleh orang-orang disekitarnya. Individu yang merasa dirinya diterima dengan baik oleh orang lain akan lebih merasa bahwa dirinya memiliki arti bagi orang lain. Keberartian ini bukan hanya di dapatkan dari orang

b. *Power* (kekuasaan)

Aspek pertama berasal dari respon yang diberikan dari orang lain. *Power* merupakan penilaian seseorang terhadap kemampuan untuk mempengaruhi tindakannya dan mengontrol perilakunya dan orang lain. Istilah "*power*" untuk menggambarkan bahwa individu memiliki penilaian yang positif tentang dirinya sendiri bahwa dia mampu mengelola dan mempengaruhi orang lain. Individu mampu mengatasi situasi tertentu dengan memberikan atau menunjukkan sikap positif yang dapat diterima dan diikuti oleh orang lain. Dan tidak menggunakan istilah *power* tetapi menggunakan istilah *influence* karena menurutnya istilah *influence* lebih cocok untuk menggambarkan *self esteem* pada seseorang bahwa dirinya mampu mempengaruhi dan mengontrol orang lain. Pada aspek ini kemampuan yang berasal dari dalam diri individu tersebut untuk

mempengaruhi suatu kejadian dengan mengontrol perilakunya sendiri juga mengontrol perilaku orang lain.

c. *Competence* (kompetensi)

Kompetensi merupakan penilaian seseorang terhadap kemampuan dirinya, yang ditandai dengan prestasi-prestasi yang dicapai dan performa kinerja yang tinggi sesuai dengan usia masing-masing. Aspek ketiga berkaitan dengan kompetensi individu dalam mengerjakan aktivitas yang bervariasi dalam waktu yang hampir bersamaan. Hal ini terkait dengan bagaimana seorang individu dapat membuktikan kemampuannya dalam beberapa bidang yang ditekuninya, misalnya anak laki-laki pra remaja berasumsi bahwa prestasi akademis dan atletik merupakan dua bidang prestasi yang harus dicapai. Prestasi-prestasi yang dicapai mendorong individu untuk mengambil peran yang lebih aktif dan kompetitif dalam lingkungannya. Seseorang yang kompeten pada suatu bidang akan lebih merasa percaya diri dibandingkan orang yang tidak memiliki kompetensi di bidang apapun sehingga adanya kompetensi yang dimiliki individu dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menilai dirinya.

d. *Virtue* (kebajikan)

Virtue merupakan penilaian seseorang tentang kemampuan dirinya untuk taat terhadap nilai-nilai moral, etika, dan prinsip-prinsip religius dalam lingkungan individu. Aspek ditandai dengan kepatuhan individu terhadap nilai moral, etika, prinsip agama. Sebagai contohnya, menaati peraturan dilarang mencuri, tidak bertindak kekerasan membatasi aktivitas

seksual, menghormati orang yang lebih tua, dan lain sebagainya. Individu yang taat terhadap etika dan prinsip agama mereka lebih menerima dan berperilaku positif terhadap diri sendiri karena telah memenuhi tujuan tertinggi.

### ***Smartphone addiction***

*Smartphone addiction* adalah suatu bentuk keterikatan atau kecanduan terhadap *smartphone* yang memungkinkan menjadi masalah sosial seperti halnya menarik diri, dan kesulitan dalam performa aktivitas sehari-hari atau sebagai gangguan kontrol impuls terhadap diri seseorang (Kwon, dkk. 2013).

Selain itu, penelitian Kwon, dkk. (2013) yang mengacu kepada teori Young, diperoleh enam aspek kecanduan *smartphone* yang tidak jauh berbeda dengan aspek dalam penelitian Young, aspek tersebut yaitu :

1) *Daily life disturbance* (gangguan kehidupan sehari-hari)

Gangguan kehidupan sehari-hari mencakup tidak mengerjakan pekerjaan yang telah direncanakan, sulit berkonsentrasi dalam kelas, menderita sakit kepala ringan, penglihatan kabur, menderita sakit di pergelangan tangan atau di belakang leher dan gangguan tidur. Selain itu, pengguna *smartphone* juga mengalami kesulitan dalam berkonsentrasi pada kegiatan atau pekerjaan yang sedang dilakukan karena terus memikirkan *smartphone* yang dimilikinya. Pengguna *smartphone* tersebut juga banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan *smartphone* yang dimiliki, sehingga hal tersebut

mengakibatkan timbulnya rasa sakit di kepala, pergelangan tangan atau di belakang leher dan beberapa tempat lainnya. Hal ini berarti, individu yang mengalami kecanduan *smartphone* akan ditandai dengan adanya gangguan dalam kehidupan sehari-hari.

## 2) *Positive anticipation*

*Positive anticipation* merupakan perasaan bersemangat dari pengguna dan menjadikan *smartphone* sebagai sarana untuk mengurangi atau menghilangkan stress dan perasaan hampa tanpa *smartphone*. Bagi sebagian besar pengguna *smartphone*, *smartphone* bukan hanya perangkat berkomunikasi, konsol game dan PDA, akan tetapi juga merupakan teman yang memberikan kesenangan, mengurangi kelelahan, mengurangi rasa cemas dan memberikan rasa aman. Selain itu, uraian di atas menunjukkan bahwa individu yang mengalami kecanduan *smartphone* akan memiliki perasaan bersemangat dalam menggunakan *smartphone* dan menjadikan *smartphone* sebagai sarana untuk menghilangkan stress.

## 3) *Withdrawal*

*Withdrawal* adalah kondisi dimana pengguna *smartphone* merasa tidak sabar, resah dan intolerable tanpa *smartphone*. Selain itu, *withdrawal* merupakan kondisi dimana pengguna *smartphone* secara terus-menerus memikirkan *smartphone* yang dimiliki meskipun sedang tidak menggunakannya. *Withdrawal* juga ditunjukkan melalui penggunaan *smartphone* secara terus-menerus dan marah ketika merasa

terganggu saat menggunakan *smartphone* yang dimilikinya. Melalui uraian di atas, dapat dilihat bahwa individu yang mengalami kecanduan *smartphone* akan menunjukkan perasaan tidak sabar, resah dan intolerable ketika tidak dapat menggunakan *smartphone* yang dimiliki, serta marah saat merasa terganggu dalam menggunakan *smartphone*.

4) *Cyberspace-oriented relationship*

*Cyberspace oriented relationship* yaitu kondisi dimana seseorang memiliki hubungan pertemanan yang lebih erat dalam jaringan media sosial pada *smartphone* dibandingkan dengan teman dikehidupan yang sebenarnya. Hal ini menyebabkan pengguna tersebut mengalami perasaan kehilangan yang tidak terkendali ketika tidak dapat menggunakan *smartphone* yang dimiliki. Selain itu, pengguna tersebut juga secara terus-menerus memeriksa *smartphone* yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan kecanduan *smartphone* akan merasa bahwa dirinya memiliki hubungan yang lebih erat dengan jejaring pertemanan yang terdapat di media sosial dibandingkan di kehidupan nyata.

5) *Overuse* (penggunaan berlebihan)

*Overuse* mengacu pada penggunaan *smartphone* secara berlebihan dan tidak terkendali. Selain itu, penggunaan berlebihan menyebabkan pengguna lebih memilih untuk mencari pertolongan melalui *smartphone*. *Overuse* juga mengacu pada perilaku dimana pengguna

selalu mempersiapkan pengisian daya *smartphone* dan merasakan dorongan untuk terus menggunakan *smartphone* tepat setelah seseorang tersebut memutuskan untuk berhenti menggunakannya. Berdasarkan penjelasan di atas, individu dengan kecanduan *smartphone* akan menunjukkan penggunaan berlebihan terhadap *smartphone* yang dimilikinya.

#### 6) *Tolerance*

*Tolerance* merupakan kondisi dimana pengguna selalu gagal untuk mengendalikan penggunaan *smartphone*. Hal ini berarti, individu dengan kecanduan *smartphone* akan menunjukkan kegagalan dalam mengendalikan dirinya terhadap penggunaan *smartphone*.

## METODE PENELITIAN

### 1. Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah siswa/siswi kelas 10 dan 11 IPA/IPS di SMA 1 Muhammadiyah Prambanan Sleman.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode skala, yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan yang diberikan pada responden dan dijawab langsung oleh responden sesuai dengan pendapat, keyakinan, atau keadaan dirinya. Sebagai alat ukur, skala

psikologi memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari berbagai bentuk alat pengumpulan data lainnya seperti angket, daftar isian, inventori, dan lain-lain. Meskipun dalam percakapan sehari-hari biasanya istilah skala dinamakan dengan istilah tes namun dalam pengembangan instrumen ukur, istilah tes digunakan untuk penyebutan alat ukur kemampuan kognitif, sedangkan skala lebih banyak dipakai untuk menamakan alat ukur aspek afektif (Azwar, 2008).

### **3. Metode Analisis Data**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian korelasional, yaitu mencari hubungan positif antara *self-esteem* remaja dengan *smartphone addiction* siswa/siswi kelas 10 dan 11 IPA/IPS di SMA 1 Muhammadiyah Prambanan Sleman. Peneliti menggunakan analisis statistik untuk metode analisis datanya yaitu statistik korelasi *Product Moment*. Teknik korelasi ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan positif antara *elf-esteem* remaja dengan *smartphone addiction* siswa/siswi kelas 10 dan 11 IPA/IPS di SMA 1 Muhammadiyah Prambanan Sleman. Untuk mempermudah proses penghitungan statistik, maka dilakukan analisis dengan menggunakan bantuan alat teknologi yaitu komputer dengan program *SPSS 23.0 for Windows*.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah siswa kelas 10 IPA dan IPS serta kelas 11 IPA dan IPS yang berjumlah 148 siswa.

Tabel 1  
*Deskripsi Subjek Berdasar Jenis Kelamin*

Kategori	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	51	34.5%
Perempuan	97	65.5%
N	148	100%

Tabel 2  
*Deskripsi Subjek Berdasar Kelas*

Kategori	Jumlah	Prosentase
X Mipa	40	27%
X Ips	34	23%
XI Mipa	49	33.1%
XI Ips	25	16.9%
N	148	100%

Tabel 3  
*Deskripsi Subjek Berdasar Mempunyai smartphone*

Kategori	Jumlah	Prosentase
Ya	148	100%
Tidak	0	0%
N	148	100%

### 2. Deskripsi Data Penelitian

Gambaran umum data penelitian dapat dilihat pada tabel 8, deskripsi data penelitian pada variabel *self-esteem* dan *smartphone addiction*:

Tabel 4  
*Deskripsi Data Penelitian*

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	XMin	XMax	Mean	SD	XMin	XMax	Mean	SD
<i>Self-esteem</i>	2.05	3.42	2.808	0.326	19	95	57	12.6
<i>smartphone addiction</i>	2.44	3.50	2.915	0.365	16	80	48	6.34

Keterangan : XMin = Skor Total Minimum  
XMax = Skor Total Maksimal

Selanjutnya dari skor skala pada Tabel 8 di atas, penelitian ini dikategorisasikan ke dalam tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Jenjang kategori ini bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2008). Untuk menentukan batasan kategori akan digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 5  
*Kriteria Kategori Skala*

Kategori	Nilai
Sangat Tinggi	$X > (\mu + 1.8 \sigma)$
Tinggi	$(\mu + 0.6 \sigma) < X \leq (\mu + 1.8 \sigma)$
Sedang	$(\mu - 0.6 \sigma) < X \leq (\mu + 0.6 \sigma)$
Rendah	$(\mu - 1.8 \sigma) < X \leq (\mu - 0.6 \sigma)$
Sangat Rendah	$X < (\mu - 1.8 \sigma)$

Keterangan : X = Skor Total  
 $\mu$  = Mean Hipotetik  
 $\sigma$  = Standar Deviasi Hipotetik (SD)

a. *Self-esteem*

Kategorisasi skala *Self-esteem* adalah sebagai berikut :

Tabel 6  
*Kriteria Kategori Skala self-esteem*

Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X > 79.68$	0	0%
Tinggi	$64.56 < X \leq 79.68$	6	4.1%
Sedang	$49.44 < X \leq 64.56$	100	67.6%
Rendah	$34.32 < X \leq 49.44$	42	28.3%
Sangat Rendah	$X < 34.32$	0	0
Jumlah		148	100%

Berdasarkan Tabel 10 di atas kategorisasi *self-esteem* tidak ada untuk kategori sangat tinggi, untuk kategori tinggi sebanyak 6 orang (4.1%), untuk kategori sedang sebanyak 100 orang (67.6%), untuk kategori rendah sebanyak 42 orang (28.3%), sedangkan untuk kategori sangat rendah tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mahasiswa berada pada kategori sedang (67.6%).

*b. smartphone addiction*

Kategorisasi skala *smartphone addiction* adalah sebagai berikut :

Tabel 7  
*Kriteria Kategori smartphone addiction*

Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X > 59.4$	0	0%
Tinggi	$51.8 < X \leq 59.4$	42	28%
Sedang	$44.1 < X \leq 51.8$	32	22%
Rendah	$36.5 < X \leq 44.1$	74	50%
Sangat Rendah	$X < 36.5$	0	0
Jumlah		148	100%

Berdasarkan Tabel 11 di atas kategorisasi *smartphone addiction* tidak ada untuk kategori sangat tinggi, untuk kategori tinggi sebanyak 42 orang (28%), untuk kategori sedang sebanyak 32 orang (22%), untuk kategori rendah sebanyak 74 orang (50%), dan tidak ada untuk kategori sangat rendah. Maka dapat disimpulkan jumlah subjek yang paling tinggi berada dikategori rendah dibandingkan dengan kategori yang lainnya.

### 3. Hasil Uji Asumsi

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dan uji linearitas merupakan syarat sebelum dilakukannya pengetesan nilai korelasi, dengan maksud agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya ditarik (Hadi, 2004).

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah variabel terdistribusi secara normal. Kaidah yang digunakan yaitu jika  $p > 0.05$  maka sebaran data normal, sedangkan jika  $p < 0.05$  maka sebaran data tidak normal. Uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel yaitu *self-esteem* dan *smartphone addiction* dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang dilakukan dengan program *SPSS 24.0 for windows*. Hasil perhitungan yang diperoleh ditunjukkan pada Tabel 12.

Tabel 8  
*Hasil Uji Normalitas*

Variabel	Koefisien K-SZ	Koefisien Signifikansi (p)	Keterangan
<i>Self-esteem</i>	0,182	0,000	Tidak Normal
<i>smartphone addiction</i>	0,175	0,000	Tidak Normal

Uji normalitas pada Tabel 12 menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dari program *SPSS 24.0 for windows*, menunjukkan data dari *self-esteem* memiliki nilai K-SZ= 0,182 dengan nilai p= 0,000 ( $p < 0.05$ ). Data *smartphone addiction* memiliki nilai K-SZ= 0,175 dengan nilai p= 0,000 ( $p < 0.05$ ). Berdasarkan data yang ada menunjukkan bahwa hasil uji normalitas kedua variabel memiliki sebaran normal karena ( $p < 0.05$ ).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linearitas hubungan antara variabel *self-esteem* dan *smartphone addiction* pada siswa SMA. Hubungan antara dua variabel dapat dikatakan linear apabila  $p < 0.05$ , sedangkan jika  $p > 0.05$  maka hubungan antara dua variabel dikatakan tidak linear. Uji linearitas ini juga dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 24.0 for windows*. Hasil perhitungan yang diperoleh ditunjukkan pada tabel 13.

Tabel 9  
*Hasil Uji Linearitas*

Variabel	Koefisien F	Koefisien Signifikasi (p)	Keterangan
<i>Self-esteem</i> <i>smartphone addiction</i>	19,839	0,000	Linear

Hasil uji linearitas pada tabel 13 menggunakan program *SPSS 24.0 for windows* dengan teknik *Compare Means* terhadap variabel *self-esteem* dan *smartphone addiction* diperoleh hasil  $F= 19,839$  dengan  $p= 0,000$  ( $p<0.05$ ). Berdasarkan hasil di atas, dapat dikatakan bahwa variabel komitmen *self-esteem* dan *smartphone addiction* mempunyai korelasi yang linear karena  $p<0.05$ .

#### 4. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dan *smartphone addiction* pada siswa SMA 1 Muhammadiyah Prambanan. Uji hipotesis ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson, karena sebaran data pada kedua variabel normal dengan menggunakan program *SPSS 24.0 for windows*. Hasil uji hipotesis dapat dilihat dalam Tabel 14.

Tabel 10  
*Hasil Uji Hipotesis*

Variabel Tergantung	Variabel Bebas	Koefisien Korelasi Spearman (r)	Koefisien Signifikansi (p)
<i>smartphone addiction</i>	<i>self-esteem</i>	0,322	0,000

Hasil analisis data korelasi Pearson pada Tabel menunjukkan korelasi antara variabel *self-esteem* dan *smartphone addiction*  $r = 0,322$  dengan  $p= 0,000$  ( $p<0.01$ ). Hal ini berarti menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *self-esteem* dan *smartphone addiction* pada siswa SMA 1 Muhammadiyah Prambanan. Artinya semakin tinggi *self-esteem* maka semakin tinggi pula *smartphone*

*addiction*. Berdasarkan data di atas maka hipotesis penelitian yang diajukan diterima.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan kecanduan *smartphone* pada siswa SMA 1 Muhammadiyah Prambanan. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teknik analisis *product moment* dari Spearman menggunakan bantuan SPSS (*Statistik Product and Service Solution*) 24.0 *for windows program* dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi  $r = 0,322$  dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang berarti ada hubungan positif antara harga diri dan kecanduan *smartphone*. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yaitu terdapat hubungan negatif harga diri dan kecanduan *smartphone*. Secara konseptual, semakin tinggi harga diri maka semakin rendah tingkat kecanduan *smartphone* tersebut dan sebaliknya, semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecanduan *smartphone* tersebut. Namun hipotesis dalam penelitian ini ditolak bahwa ada hubungan positif antara harga diri dan kecanduan *smartphone*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecanduan *smartphone* dipengaruhi oleh tingkat harga diri remaja karena dapat dilihat berdasarkan tingkat harga diri remaja dalam penelitian tergolong sedang yang dilihat melalui analisis variabel harga diri memiliki Rerata Empirik (RE) sebesar 57 dan Rerata Hipotetik (RH) sebesar 2,8. Berdasarkan hasil kategorisasi variabel harga diri diketahui bahwa 67,7% (100 siswa) memiliki tingkat harga diri yang tergolong

sedang. Maka diketahui bahwa responden penelitian mempunyai tingkat harga diri yang sedang. Meskipun kategori harga diri tergolong sedang, tingkat kecanduan *smartphone* subjek tergolong rendah. Hal tersebut dapat dilihat melalui analisis variabel kecanduan *smartphone* memiliki Rerata Empirik (RE) 48 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 2,9. Berdasarkan hasil kategorisasi variabel kecanduan *smartphone* diketahui bahwa 50% (74 siswa) memiliki tingkat kecanduan *smartphone* yang tergolong rendah.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Gonzales dan Hancock (2011) jaringan sosial atau media sosial ditemukan untuk meningkatkan harga diri pengguna, individu dapat mengontrol informasi-informasi yang akan dibagikan, sehingga cenderung menyajikan informasi positif tentang diri sendiri di antara jaringan sosial yang individu kenal. Sejalan dengan hasil pada peneliti ini, harga diri juga mempengaruhi pada kecanduan internet. Pada penelitian Bahrainian, dkk (2014) hasilnya menunjukkan bahwa 40,7% dari siswa memiliki kecanduan internet. Korelasi yang signifikan muncul antara depresi, harga diri dan kecanduan internet. Analisis regresi menunjukkan bahwa depresi dan harga diri mampu memprediksi varians kecanduan internet sampai batas tertentu.

Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Mulyana & Afriani (2017) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi skor harga diri maka semakin rendah skor kecanduan *smartphone* pada remaja SMA di Banda Aceh, begitu pula sebaliknya. Maslow (Feist & Feist, 2012) mengatakan individu yang sudah memenuhi kebutuhan akan penghargaan, individu siap untuk mengejar aktualisasi diri yang merupakan kebutuhan tertinggi. Maka dari itu

individu yang sudah terpenuhi akan kebutuhan-kebutuhan mendasarnya maka akan memiliki tingkat harga diri yang tinggi dan meskipun individu tersebut mendapatkan komentar buruk terhadap dirinya atau memandang orang lain yang lebih dari dirinya maka harga diri individu tersebut tidak akan terpengaruh.

Tidak terbuktinya hipotesis yang dipaparkan oleh peneliti diduga dikarenakan terdapat faktor-faktor lainnya dalam harga diri yang dikemukakan oleh Harter (dalam Damayanti & Purnamasari, 2011) yakni dukungan emosional, prestasi, menghadapi permasalahan dan tidak dengan menghindari masalah, serta berpikir positif. Penelitian mengenai hubungan antara harga diri dengan kecanduan *smartphone* masih memiliki kelemahan yaitu prosedur pengukuran intensitas penggunaan *smartphone* yang sangat penting untuk mengukur tingkat kecanduan tidak dicantumkan.

Hasil penelitian ini juga tidak lepas dari adanya kelemahan-kelemahan atau keterbatasan peneliti yang lain. Kelemahan-kelemahan atau keterbatasan peneliti antara lain :

1. Peneliti tidak menambahkan intensitas lamanya menggunakan *smartphone* pada skala untuk mengukur responden sudah termasuk kecanduan *smartphone* atau tidak.
2. Peneliti tidak melakukan uji coba (*try out*) terhadap alat ukur terlebih dahulu.
3. Peneliti tidak melakukan pengawasan dan kurang mengatur keadaan saat pengisian skala.

Ada gangguan ketika responden mengisi skala. Gangguan tersebut berupa siswa-siswa lain yang berisik dan bercanda diruangan tempat pengisian skala menyebabkan konsentrasi responden lain menjadi terpecah. Selain itu, tempat duduk masing-masing responden berdekatan sehingga ada kemungkinan responden meniru jawaban dari responden lain yang duduk di sebelahnya. Kejujuran dalam pengisian skala ikut mempengaruhi hasil penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albarashdi, H. S., Bouazza, A., Jabur, N. H., & Al-Zubaidi, A. S. (2016). smartphone addiction reasons and solutions from the perspective of sultan qaboos university undergraduates: a qualitative study. *International Journal of Psychology and Behavior Analysis*, 2(113), 1-10. doi: 10.15344/2455-3867/2016/113.
- APJII. (2016). Komposisi Pengguna Internet Indonesia. [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)
- Aydin, B., & Sari, S. V. (2011). Internet addiction among adolescents: the role of self-esteem. *ELSEVIER*, 15, 3500-3505. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.325>.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Coopersmith, S. (2000). *The Antecedents of Self-Esteem*. United States of America: W.H.Freeman and Company.
- Kwon, M., Kim, D. J., Cho, H., & Yang, S. (2013). The smartphone addiction: development and validation of a short version for adolescents (SAS-SV). *Plos One*, 8(12), 1-7. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.008355>
- Oksman, V., & Turtiainen, J. (2004). Mobile communication as a social stage. *SAGE Publication*, 6(3), 319-339. <https://doi.org/10.1177/1461444804042518>
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence*. Boston: McGraw-Hill.
- Wijanarko, K. S. (2014). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas menggunakan smartphone samsung galaxi series di kota palu. *E-Jurnal Katalogis*, 2(7), 34-46