

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, kerap kali melihat banyak orang yang merasa kurang percaya diri atas kemampuan dan potensi dalam dirinya. Orang-orang merasa kurang percaya diri mulai dari hal kecil seperti yang sering ditemui di sekolah seperti malu saat bertanya kepada guru, saat tampil di depan kelas, dan orang-orang cenderung sering membandingkan dengan orang lain. Percaya diri merupakan elemen yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Dengan memiliki kepercayaan diri yang kuat, individu akan mampu melewati semua permasalahan hidup. Sikap percaya diri adalah sikap yang dimiliki oleh manusia yang yakin atas kekuatan dan kemampuan dalam dirinya. Menurut Nurmaniah dan Damayanti (2018) percaya diri merupakan sikap dengan menanggapi semua hal yang terjadi dengan hati yang tenang, percaya akan kekuatan pada diri sendiri, dan bisa menjadi diri sendiri.¹

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Merz Cosmetics yang melakukan kerja sama dengan Frost & Sullivan bahwa masyarakat yang tinggal di Asia Pasifik mengalami kurangnya rasa percaya diri. Survei dilakukan di 11 negara, diantaranya Vietnam, Thailand, Taiwan, Korea Selatan, Singapura, Filipina, Malaysia, Indonesia, India, Hongkong, dan Australia.² Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) menyebutkan bahwa tingkat

¹ Dini, J. P. A. U. 2021. Peningkatan Kepercayaan Diri Anak Usia Dini melalui Kegiatan Jurnal Pagi. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 2250-2258.

² Dinisari, M. C. 2019. Orang-orang di Asia Pasifik Kurang Percaya Diri dengan Penampilan Dirinya. <diakses pada tanggal 18 Desember 2022> <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190715/220/1124177/orang-orang-di-asia-pasifik-kurang-percaya-diri-dengan-penampilan-dirinya->

kepercayaan diri anak masih rendah sekitar 56% yang didominasi oleh perempuan.³ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irani, Adhani, & Yuniar dari 16 anak terdapat 3 anak masih memiliki kepercayaan diri yang rendah.⁴ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurfajriyanti & Pradipta (2021) tingkat kepercayaan diri siswa di MTs Muhammadiyah Darul Arqam Depok menunjukkan hasil 15% berada pada kategori tinggi, 66% berada pada kategori sedang, dan 19% berada pada kategori rendah.⁵

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Islamy (2018) tingkat kepercayaan diri siswa pada SMP Negeri 3 Bandar Lampung didapatkan sebanyak 11,29% berada pada kategori sangat tinggi, 16,14% pada kategori tinggi, 9,67% berada pada kategori sedang, dan 62,90% berada pada kategori rendah.⁶ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Farida sebagaimana dikutip dalam Ifdil & sejumlah 25% kepercayaan diri remaja berada pada kategori sedang, dan 75% berada pada kategori rendah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Adiasih menunjukkan angka 9,7% kepercayaan diri siswa berada pada kategori sangat

³ Prawira, A., E. 2018. Kepercayaan Diri Anak Perempuan Indonesia Rendah, Apa Penyebabnya?. Diakses pada tanggal 9 Desember 2022 <<https://www.liputan6.com/health/read/3462397/kepercayaan-diri-anak-perempuan-indonesia-rendah-apa-sebabnya>

⁴ Irani, I., Adhani, D. N., & Yuniar, D. P. (2021). Kepercayaan Diri Anak Usia 4-5 tahun yang Mengikuti Ekstrakurikuler Tari Melalui Tari Karapan Sapi. *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Anak Usia Dini*, 8(2), 34-45.

⁵ Nurfajriyanti, I., & Pradipta, T. R. (2021). Analisis Kemampuan Pemahaman Konsep Matematis pada Materi Bangun Ruang Sisi Datar Ditinjau dari Kepercayaan Diri Siswa. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(3), 2594-2603.

⁶ Islamy, R. M. (2018). *Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Penyesuaian Sosial Pada Peserta Didik Kelas VII di Smp Negeri 3 Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

tinggi, 24,2% berada pada kategori tinggi, 37,1% berada pada kategori sedang, 22,6% berada pada kategori rendah, dan 6,5% berada pada kategori sangat rendah.⁷

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Setiowati yang dilakukan di Universitas PGRI Yogyakarta pada 5 Program Studi Bimbingan dan Konseling terdapat 16,67% pada tingkat tinggi, 33,33% pada tingkat sedang, dan 50% pada tingkat rendah.⁸ Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Safitri (2019) yang dilakukan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung terdapat 22,85% pada tingkat sangat tinggi, 24,64% pada tingkat tinggi, 25,71% pada tingkat sedang, dan 26,80% pada tingkat rendah.⁹ Berdasarkan data di atas, menunjukkan masih rendahnya kepercayaan diri masyarakat.

Hal ini didukung dengan pernyataan Nadiem Makarim selaku Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi bahwa anak-anak Indonesia mengalami krisis kepercayaan diri yang tidak yakin atas kemampuan dalam dirinya. Nadiem menilai bahwa anak muda memiliki kemampuan dan menghasilkan prestasi.¹⁰ Pendapat lain berasal dari psikolog anak dan remaja, Vera Itabiliana Hadiwidjojo mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia sangat beragam mulai dari warna kulit, kesukaan yang berbeda. Namun, keberagaman ini justru membuat

⁷ Istiqomah, N., Utami, R. R., Psi, S., & File, N. J. F. Perbedaan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Remaja Yang Mengalami Obesitas Dan Yang Tidak Mengalami Obesitas. *Skripsi*.

⁸ Setiowati, A., 2014. Peningkatan Rasa Percaya Diri Mahasiswa Melalui Teknik Permainan. Universitas PGRI Yogyakarta. 1-18.

⁹ Safitri, S. 2019. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Semester III Prodi Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. *Skripsi*: Lampung. .

¹⁰ Alika, R. 2019. Nadiem: Anak Indonesia Krisis Percaya Diri, Butuh Manajemen Talenta. <diakses pada tanggal 18 Desember 2022> <https://katadata.co.id/yuliawati/berita/5e9a4c3d72f5d/nadiem-anak-indonesia-krisis-percaya-diri-butuh-manajemen-talenta>

remaja menjadi tidak percaya diri karena terbentuknya suatu standar tertentu yang muncul.¹¹

Hal yang membuat kurangnya percaya diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu internal dan eksternal. Faktor internal meliputi konsep diri yaitu perkembangan konsep diri yang berasal dari lingkungannya. Saat individu menilai dirinya rendah maka individu tersebut memiliki konsep diri yang negatif, begitu pun sebaliknya jika individu memiliki konsep diri yang tinggi maka individu memiliki konsep diri yang positif. Kemudian faktor internal selanjutnya adalah harga diri, yaitu penilaian akan dirinya sendiri. Kondisi fisik seseorang juga dapat memengaruhi kepercayaan diri. Dan yang terakhir adalah pengalaman hidup. Pengalaman hidup yang mengecewakan dapat mengakibatkan rendah diri seseorang. Selain faktor internal, ada juga faktor eksternal yang mengakibatkan kurangnya percaya diri seseorang.

Faktor eksternal meliputi tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan yang rendah biasanya merasa bahwa individu itu tidak lebih baik dari individu yang tingkat pendidikannya lebih tinggi karena dirasa tidak lebih pandai. Kemudian faktor selanjutnya adalah lingkungan. Lingkungan keluarga dan sahabat yang kurang nyaman dan cenderung mencemooh individu dapat mengurangi kepercayaan diri. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, mudah sekali bagi seseorang untuk merasa tidak percaya diri. Oleh sebab itu, perlu adanya penanganan untuk meningkatkan rasa percaya diri seseorang.

¹¹ Davies, A. P. 2018. Remaja Krisis Percaya Diri, Psikologi: Dukung Secara Emosional. <diakses pada tanggal 18 Desember 2022> <https://gaya.tempo.co/read/1054871/remaja-krisis-percaya-diri-psikolog-dukung-secara-emosional>

Salah satu hal yang dapat meningkatkan rasa percaya diri adalah motivasi. Motivasi merupakan sebuah dorongan yang terjadi pada diri seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu. Menurut Muhammad (2016) motivasi adalah sebuah rangsangan yang tercipta untuk membuat individu tergerak atau melakukan sesuatu dengan tujuan tertentu.¹² Motivasi bisa berasal dari mana saja seperti keluarga, teman, selebriti maupun *influencer*. Menurut Tuten dan Solomon *Influencer* adalah individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan di suatu bidang tertentu.

Individu atau kelompok ini sering kali dianggap dapat mempengaruhi orang lain dalam melakukan sesuatu. Tuten dan Solomon juga beranggapan bahwa di masa mendatang *influencer* akan menjadi seseorang yang ahli dibidangnya.¹³ Menurut Johnston dan Lindh *influencer* adalah seseorang yang dianggap dapat memengaruhi orang-orang yang melihat atau mendengarnya. Orang-orang yang mengikutinya akan merasa dekat dengannya dan merasa memiliki hubungan, kedekatan inilah yang membuat *influencer* dapat mempengaruhi orang-orang disekitarnya.¹⁴

Dari pendapat para ahli di atas dapat diartikan bahwa *influencer* adalah orang-orang yang bisa mempengaruhi orang lain dengan melihat atau mendengar atas apa yang disampaikan oleh *influencer*. Seseorang dikatakan sebagai *influencer*

¹² Boiliu, F. M. (2021). Peran Orang Tua sebagai Motivator terhadap Motivasi Belajar Siswa pada Pendidikan Agama Kristen. *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, 4(1), 247-255.

¹³ Iman Veissi. 2017. *Influencer Marketing on Instagram*. Haaga-Helia University of Applied Sciences. Thesis. 10. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/135448/Iman_Veissi.pdf?sequence=1.PDF

¹⁴ Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103149.

apabila individu tersebut memiliki keahlian atau pengetahuan di bidang tertentu. Seorang *influencer* biasanya aktif di media sosial. Saat ini, banyak sekali media sosial yang ada seperti Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, YouTube, dan lain-lain. Dari sekian banyak media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu yang paling banyak digunakan. Sebanyak 84,8% penduduk Indonesia menggunakan Instagram.

Di Instagram, dapat membuat konten yang berisi foto maupun video yang menarik pengguna lain. Salah satu konten yang ada di Instagram adalah konten motivasi untuk meningkatkan kepercayaan diri. Menurut Hamoda semakin kredibel seorang *influencer* maka informasi yang disampaikan akan lebih mudah dipercaya. Kredibilitas *influencer* adalah sikap yang ditunjukkan oleh *influencer* dengan jujur, terpercaya, dan dapat diterima oleh masyarakat.¹⁵ Di Indonesia, banyak sekali *influencer* yang memiliki kredibilitas yang baik khususnya di bidang motivasi.

Salah satu *influencer* motivator ternama Indonesia adalah Indra Sugiarto. Indra Sugiarto merupakan seorang *influencer* motivator, penulis, sekaligus *Founder* dan CEO *Masuk Kampus* yang lahir di Banyumas. Indra Sugiarto mulai digemari oleh banyak kaum milenial dikarenakan ia sering kali membagikan kata-kata yang inspiratif yang *relate* dengan permasalahan yang sedang dihadapi. Tidak jarang Indra Sugiarto sering kali diundang untuk menjadi *speaker* dalam sebuah seminar.

¹⁵ Wilopo, Y. P. (2021). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DOUBLETREE BY HILTON SURABAYA. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 9(2).



Gambar 1.1 Seminar Indra Sugiarto

Indra Sugiarto tidak hanya menyampaikan motivasinya pada seminar saja namun ia juga menyebarkannya melalui media sosial. Indra Sugiarto memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk membagikan motivasinya dalam bentuk tulisan yang membangun perasaan nyaman. Sampai saat ini, Indra Sugiarto sudah memiliki lebih dari 500 ribu *followers* di Instagram pribadinya.



Gambar 1.2 Instagram @indra.sugiarto

Selain motivasinya, perjalanan hidup Indra Sugiarto juga dinilai inspiratif. Indra Sugiarto merupakan anak ketiga dari enam bersaudara yang lahir dari keluarga sederhana dengan keterbatasan ekonomi. Namun, dengan tekad yang bulat Indra Sugiarto berhasil merantau untuk melanjutkan pendidikannya di Institut Pertanian Bogor (IPB) jurusan S1 Kimia. Indra Sugiarto berhasil lulus pada tahun 2006, baginya lulus dari IPB merupakan momen yang sangat berpengaruh bagi kehidupannya dalam membentuk kepribadiannya. Setelah lulus, Indra Sugiarto

melanjutkan pendidikannya di kampus yang sama yaitu IPB dengan program studi Manajemen Bisnis.

Indra Sugiarto pernah memenangkan lomba *business plan* di kampusnya yang kemudian hadiah dari lomba ini ia gunakan untuk membuka bimbingan belajar yang diberi nama Katalis Education. Seiring berjalannya waktu, Indra Sugiarto sering kali mendengar cerita keluh kesah para siswa yang akan memasuki dunia perkuliahan. Dari sini Indra Sugiarto paham bahwa siswa juga butuh teman untuk berjuang dan mengerti atas apa yang mereka rasakan. Ini menjadi asal terbentuknya Masuk Kampus.

Masuk Kampus terbentuk pada tahun 2016 berawa dari sebuah komunitas *online* berbasis Instagram yang sering membagikan informasi seputar perguruan tinggi, tips dan trik dalam mengerjakan soal *try out*, dan lain-lain. Sebagai bukti eksistensi Masuk Kampus, pada tahun 2018-2019 Masuk Kampus telah resmi menjadi badan usaha berbadan hukum PT Inspirasi Masuk Kampus.



Gambar 1.3 Instagram @masukkampus

Namanya semakin dikenal seiring dengan perkembangan Masuk Kampus. Pada Instagram @masukkampus sering kali mengunggah informasi-informasi terkini mengenai berita seputar perkuliahan seperti jadwal penerimaan mahasiswa baru, tips mengerjakan soal, dan yang lainnya. Selain menjadi *Founder* dan CEO Masuk Kampus, Indra Sugiarto juga merupakan seorang penulis. Hingga saat ini, Indra Sugiarto telah memiliki 3 karya buku. Melalui laman Gramedia Academy, buku karya Indra Sugiarto menjadi *best seller*. Ketiga buku tersebut diantaranya Teman Berjuang, Tumbuh Dari Luka, dan Berlari di Tengah Hujan.



Gambar 1.4 Buku Karya Indra Sugiarto

Buku pertama Indra Sugiarto adalah Teman Berjuang yang diterbitkan pada tanggal 29 Januari 2019. Buku ini memotivasi pembaca untuk tidak terlalu memikirkan perkataan orang lain, cukup dengarkan pada pikiran dan hati untuk terus melangkah ke depan. Kemudian buku kedua yang diterbitkan oleh Indra Sugiarto pada tanggal 24 Juli 2019 yaitu Tumbuh Dari Luka. Buku ini mengajarkan

pembacanya untuk ikhlas atas segala hal yang terjadi dan terus tumbuh dari luka itu.

Untuk mengikhlaskan sesuatu bukanlah hal yang mudah. Kemudian buku yang ketiga yang diterbitkan pada tahun 2020 yaitu *Berlari di Tengah Hujan*. Buku ini bercerita untuk tidak menyerah atas usaha yang sedang dijalani, untuk tidak apa-apa istirahat sejenak karena telah mengejar ambisi. Lewat buku-buku di atas, Indra Sugiarto berharap dapat menjadi teman perjalanan hidup pembacanya melalui tulisan yang disampaikan. Hingga saat ini, Indra Sugiarto telah berhasil menciptakan banyak karya dan prestasi yang telah ia capai.

Melalui karya dan prestasi itulah, kredibilitas seorang Indra Sugiarto terbentuk. Dengan kredibilitas yang baik, Indra Sugiarto mampu mempengaruhi orang-orang yang mendengar, menonton, atau membaca atas apa yang disampaikan. Hal ini berkaitan dengan tingkat kepercayaan diri. Hubungan antara kredibilitas yang dimiliki oleh seseorang dengan tingkat percaya diri yaitu, kredibilitas terbentuk oleh kualitas, kapabilitas atau *power* untuk menghidupkan rasa percaya kepada individu tersebut.

Kredibilitas dinilai berdasarkan bagaimana orang lain melihat seorang individu dengan rasa percaya atas apa yang disampaikan. Dengan rasa percaya itulah kredibilitas seseorang dapat meningkatkan rasa percaya diri bagi orang lain. Hal ini juga terkait dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori ELM (*Elaboration Likelihood Model*) dimana teori ini menjelaskan bahwa setiap orang memiliki caranya sendiri dalam memproses sebuah pesan persuasif. Dengan begitu pesan yang disampaikan oleh Indra Sugiarto dapat mempengaruhi

masyarakat dan menaikkan tingkat kepercayaan serta memberikan dampak motivasi yang baik.

Dari penjelasan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui pengaruh kredibilitas *influencer* Indra Sugiarto dalam menyampaikan motivasi terhadap kepercayaan diri *followers*. Populasi riset dalam penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @indra.sugiarto karena *followers* Indra Sugiarto dinilai dapat memenuhi kriteria sampel yang akan dilakukan. *Followers* dari Indra Sugiarto Sebagian besar merupakan generasi muda yang membutuhkan motivasi untuk meningkatkan kepercayaan diri. Maka dari itu, peneliti menetapkan populasi riset kepada *followers* dari akun Instagram @indra.sugiarto.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Seberapa besar pengaruh kredibilitas *influencer* Indra Sugiarto dalam menyampaikan motivasi di Instagram @indra.sugiarto terhadap kepercayaan diri *followers*?

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *influencer* Indra Sugiarto dalam menyampaikan motivasi pada Instagram @indra.sugiarto terhadap kepercayaan diri *followers*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. **Teoritis:** Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi mengenai kredibilitas *influencer*.

1.4.2. **Praktis:** Bagi individu terkait, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam pembuatan konten di masa mendatang.

1.4.3. **Sosial:** Diharapkan penelitian ini mampu menjadi acuan bagi masyarakat untuk lebih percaya diri dengan memilih *influencer* yang memiliki kredibilitas yang lebih baik.

1.4.4. **Metodologis:** Diharapkan penelitian ini mampu menyampaikan kontribusi pada pengembangan teori tentang pengaruh kredibilitas *influencer* terhadap tingkat kepercayaan diri.

1.5. Sistematika Penulisan

1.5.1. BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.5.2. BAB II

KERANGKA TEORI

Bab ini berisikan tinjauan teori, kerangka berpikir, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

1.5.3. BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, sumber data,

metode pengumpulan data, populasi dan sampel, dan teknik analisis data.

1.5.4. BAB IV

HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan analisis data. Pada bab ini, terdapat usia responden, jenis kelamin responden, kegiatan responden, pengetahuan responden tentang *influencer* Indra Sugiarto, analisis deskriptif variabel X dan variabel Y, dan analisis inferensial.

1.5.5. BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil yang didapatkan, dan saran dari peneliti untuk pihak terkait.

