



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HUBUNGAN ANTARA *SELF-EFFICACY* DENGAN
KETERGANTUNGAN MEDIA SOSIAL PENGGUNA *SHORT
FORM VIDEO CONTENT* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
X JAKARTA BARAT**



SKRIPSI

**ADHITYA BAGUS WITCAKSANA
46120110083**

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025



**HUBUNGAN ANTARA *SELF-EFFICACY* DENGAN
KETERGANTUNGAN MEDIA SOSIAL PENGGUNA *SHORT
FORM VIDEO CONTENT* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
X JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Pada Program Studi Psikologi**

**UNIVERSITAS
ADHITYA BAGUS WITCAKSANA
46120110083**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan yang sebenar – benarnya jika semua pernyataan yang ada dalam tugas akhir ini :

Judul : Hubungan Antara *Self-Efficacy* Dengan Ketergantungan Media Sosial Pengguna *Short Form Video Content* Pada Mahasiswa Universitas X Jakarta Barat

Nama : Adhitya Bagus Witcaksana

NIM : 46120110083

Program : Fakultas Psikologi

Bahwa benar merupakan hasil karya saya sendiri dengan bimbingan dosen yang telah saya pilih di awal penyusunan Tugas Akhir dan persetujuan dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana

Karya ilmiah ini, sebelumnya belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program sejenis di perguruan tinggi yang lainnya. Semua data, informasi serta hasil dari pengolahan data yang telah digunakan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan sumber yang jelas serta dapat di periksa kebenarannya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Maret 2026



Adhitya Bagus Witcaksana

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : ADHITYA BAGUS WITCAKSANA
NIM : 46120110083
Program Studi : PSIKOLOGI

dengan judul

“Hubungan Antara Self-Efficacy Dengan Ketergantungan Media Sosial Dewasa Awal Pada Pengguna Short Form Video Content”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 06 Februari 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 06 Februari 2025

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
YAYASAN MENARU
* UNIVERSITAS MERCU BUANA *

Donny Dwi Hambodo, S.Ikom

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Adhitya Bagus Witcaksana
NIM : 46120110083
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Hubungan Antara Self-Efficacy Dengan Ketergantungan Media Sosial Pengguna Short Form Video Content Pada Mahasiswa Universitas X Jakarta Barat

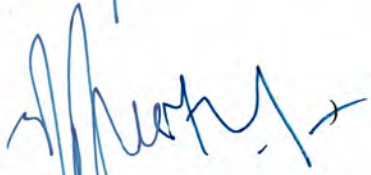
Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Aulia Kirana, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0327048904

()

Ketua Penguji : Agustini, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0308087008

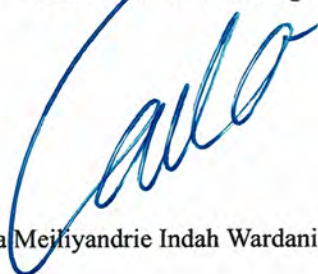
()

Penguji 1 : Dr. Dearly, M.Psi. Psikolog
NIDN : 0302038003

()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 22 Februari 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi



Laila Meilhyandrie Indah Wardani, Ph.D.

Ketua Program Studi Psikologi



Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Hubungan Antara Self-Efficacy Dengan Ketergantungan Media Sosial Pengguna Short Form Video Content Pada Mahasiswa Universitas X Jakarta Barat”**. Penyusunan Tugas Akhir ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Fakultas Psikologi di Universitas Mercu Buana. Selain itu, tujuan penyusunan Tugas Akhir ini adalah memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai judul Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan yang tak pernah berhenti kepada penulis.
2. Ibu Aulia Kirana M.Psi., Psikolog., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, memotivasi, dan memberikan banyak ilmu selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Yenny, M.Psi., Psikolog, selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dhani Irmawan, S. Psi., M.Sc., dan Ibu Prahastia Kurnia Putri, S.Psi, M.Psi, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh teman-teman Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan dan semangat demi kemajuan bersama khususnya sdr. Lindawaty Ng, S.Psi.
8. Sdr. Febri Tri Hartanto yang mensupport saya dengan laptopnya dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman lain di luar Universitas yang tidak dapat saya sebutkan, yang telah memberikan *support* dan motivasi.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi bagian dari proses pengumpulan data pada penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang telah disusun ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Semua kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 25 Agustus 2024

Peneliti



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ADHITYA BAGUS WITCAKSANA

NIM : 46120110083

Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : "HUBUNGAN ANTARA *SELF - EFFICACY* DENGAN KETERGANTUNGAN MEDIA SOSIAL PENGGUNA *SHORT FORM VIDEO CONTENT* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS X JAKARTA BARAT".

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non -Eksklusif (*Non - exclusive Royalty - Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Maret 2026




Adhitya Bagus Witcaksana

HUBUNGAN ANTARA *SELF-EFFICACY* DENGAN KETERGANTUNGAN
MEDIA SOSIAL PENGGUNA *SHORT FORM VIDEO CONTENT* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS X JAKARTA BARAT

Adhitya Bagus Witcaksana,
46120110083

Fakultas Ilmu Psikologi
Universitas Mercu Buana, Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-efficacy* dengan ketergantungan media sosial pengguna *Short form video content* pada mahasiswa universitas X Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan populasi sebanyak 281 orang dan sampel sejumlah 163 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan pada variabel *Self-efficacy* adalah *self-efficacy* diadaptasi dan disusun oleh Regina A.S. Purba berdasarkan teori Bandura (1997) sedangkan untuk ketergantungan media sosial menggunakan alat ukur *Social Media Addiction Scale* (SMAS) yang disusun oleh Nali Azmi, dan diadaptasi oleh Menayes berdasarkan alat ukur IAT (*Internet Addiction Test*) Young (1996). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-efficacy* dengan ketergantungan media sosial dengan nilai koefisien $r = 0.257^{**}$ dan nilai sig. 0,000.

Kata kunci : *Self-Efficacy*, Kecanduan Media Sosial

*THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-EFFICACY AND SOCIAL MEDIA
DEPENDENCE OF SHORT FORM VIDEO CONTENT USERS AMONG
UNIVERSITY X WEST JAKARTA STUDENTS*

Adhitya Bagus Witcaksana,
46120110083

*Faculty of Psychological Sciences
Mercu Buana University, Jakarta*

ABSTRACT

*This research aims to find out whether there is a relationship between self-efficacy with the user's social media dependence (Short form video content) among students at University X, West Jakarta. This research used a correlational quantitative approach with a population of 281 people and a sample of 163 respondents. Sampling using techniques non-probability purposive sampling. Measuring instruments used on variables Self-efficacy is self-efficacy adapted and compiled by Regina A.S. Purba is based on Bandura's (1997) theory, while for social media dependence he uses measuring instruments Social Media Addiction Scale (SMAS) compiled by Nali Azmi, and adapted by Menayes based on the IAT measurement tool (Internet Addiction Test) Young (1996). The results of this research show that there is a positive relationship between self-efficacy with social media dependence with a coefficient value of $r = 0.257^{**}$ and a sig. value. 0,000.*

Keywords: Self-Efficacy, Social Media Addiction

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Masalah	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Self-Efficacy</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Self-Efficacy</i>	9
2.1.2 Dimensi Dalam <i>Self-Efficacy</i>	9
2.1.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi <i>Self-Efficacy</i>	10
2.2 Ketergantungan Media Sosial	11
2.2.1 Pengertian Ketergantungan Media Sosial	11
2.2.2 Aspek Aspek Dalam Ketergantungan Media Sosial	13
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi ketergantungan media sosial	14
2.3 Penelitian terdahulu.....	15

2.4	Dinamika Penelitian	22
2.5	Kerangka Berfikir.....	23
2.6	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.1.1	Pendekatan	25
3.1.2	Metode Penelitian.....	25
3.1.3	Identifikasi Variabel.....	25
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.2.1	Populasi	25
3.2.2	Sampel.....	26
3.2.3	Teknik Sampling	26
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3	Definisi Operasional.....	27
3.3.1	<i>Self - Efficacy</i>	27
3.3.2	Ketergantungan Media Sosial	27
3.4	Instrumen Penelitian.....	28
3.4.1	Alat Ukur Ketergantungan Media Sosial	28
3.4.2	Alat Ukur <i>Self-Efficacy</i>	29
3.5	Validitas dan Reliabilitas	30
3.5.1	Validitas	30
3.5.1.1	Uji Validitas Skala Ketergantungan Media Sosial.....	30
3.5.1.2	Uji Validitas Skala <i>Self-Efficacy</i>	31
3.5.2	Reliabilitas.....	31
3.6	Analisis Data	32
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.7	Uji Inferensial.....	32
3.7.1	Uji Hipotesis.....	33
BAB IV PEMBAHASAN.....		34
4.1.	Gambaran Umum	34
4.1.1.	Data Demografi Responden	34

4.2 Hasil	36
4.2.1 Analisa Deskriptif	36
4.2.1.1 Kategorisasi Ketergantungan media sosial	37
4.2.1.2 Kategorisasi <i>Self-Efficacy</i>	37
4.2.2 Analisa Inferensial.....	38
4.2.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
4.2.2.2 Uji Hipotesis.....	39
4.2.2.3 Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi	40
4.2.2.4 Analisis Tambahan	41
4.3 Diskusi dan Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Keterbatasan Penelitian	49
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Saran Teoritis	50
5.3.2 Saran Praktis.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar Kerangka Berfikir.....	23
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 <i>Blue Print Social Media Addiction Scale</i>	28
Tabel 3. 2 Skala <i>Social Media Addiction Scale</i>	29
Tabel 3. 3 <i>Blue Print Self-Efficacy Scale</i>	29
Tabel 3. 4 Skala <i>Self - efficacy Scale (X)</i>	30
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Addiction Scale</i>	31
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas <i>Self - efficacy Scale</i>	31
Tabel 4. 1 Gambaran Demografi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 2 Gambaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	35
Tabel 4. 3 Gambaran Demografi Waktu Penggunaan Media Sosial Dalam Satu Hari	35
Tabel 4. 4 Gambaran Demografi Platform Media Sosial yang Digunakan	35
Tabel 4. 5 Hasil Analisa Data Deskriptif Ketergantungan media sosial dan <i>Self-Efficacy</i>	36
Tabel 4. 6 Norma Kategori Ketergantungan Media Sosial	37
Tabel 4. 7 Hasil Kategorisasi Ketergantungan media sosial	37
Tabel 4. 8 Norma Kategorisasi <i>Self-Efficacy</i>	38
Tabel 4. 9 Hasil Kategorisasi <i>Self-Efficacy</i>	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	38
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas	39
Tabel 4. 12 Hasil Uji Korelasi <i>Spearman Rho</i>	39
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Matrik korelasi Antara Dimensi <i>Self-Efficacy</i> dan Ketergantungan media sosial	40
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>One-Way ANOVA Self-Efficacy</i> Berdasarkan Data Demografi	42
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>One-Way ANOVA</i> Ketergantungan Media Sosial Berdasarkan Data Demografi	42