

**HUBUNGAN ANTARA *SENSE OF COMMUNITY* DENGAN HARGA DIRI
PADA ANGGOTA *HIJABERS COMMUNITY*
DI YOGYAKARTA**

Cholila Shinta Js, Kartika Sari Dewi*
Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Cholillashinta94@gmail.com
ksdewi@undip.ac.id

ABSTRAK

Masa transisi menuju dewasa awal menjadi salah satu peristiwa penting bagi perkembangan individu, namun pada masa transisi tersebut dapat menuju pada timbulnya rasa kesepian dan kecemasan yang disebabkan oleh rendahnya harga diri yang dimiliki oleh seseorang. Salah satu faktor meningkatkan harga diri pada individu adalah dari kondisi psikologis individu yang di dalamnya terdapat *sense of community*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *sense of community* dengan harga diri pada anggota *Hijabers Community* di Yogyakarta.

Populasi penelitian berjumlah 149 anggota dengan sampel penelitian sebanyak 93 anggota *Hijabers Community* Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan Skala *Sense Of Community* dari 32 aitem ($\alpha = 0,903$) dan Skala Harga Diri terdiri dari 26 aitem ($\alpha = 0,887$).

Analisis regresi sederhana menunjukkan $r_{xy} = 0,578$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), artinya ada hubungan positif yang signifikan antara *sense of community* dengan harga diri pada anggota *Hijabers Community* di Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *sense of community* maka semakin tinggi harga diri, sebaliknya semakin rendah *sense of community* maka akan semakin rendah harga diri yang dimiliki anggota *Hijabers Community*. *Sense of community* memberikan sumbangan efektif terhadap variabel harga diri sebesar 33,4% sedangkan 66,6% berasal dari faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga Diri, *Sense Of Community*, *Hijabers Community*

*Penulis penanggung jawab

**CORRELATIONS BETWEEN SENSE OF COMMUNITY TO SELF ESTEEM
OF HIJABERS COMMUNITY'S MEMBER
IN YOGYAKARTA**

Cholila Shinta Js, Kartika Sari Dewi *
Faculty of Psychology, University of Diponegoro
Cholillashinta94@gmail.com
ksdewi@undip.ac.id

ABSTRACT

The transition to early adulthood became one of the most important events for the development of the individual, but in the transition period can lead to the emergence of a sense of loneliness and anxiety caused by low self-esteem that is owned by someone. One factor increasing self-esteem in individuals is of individual psychological condition in which there is a sense of community. This study aims to determine the relationship between sense of community and self-esteem in the Community Hijabers members in Yogyakarta.

The study population numbered 149 members of the sample by 93 members Hijabers Community Yogyakarta. The samples using simple random sampling. Collecting data using Sense Of Community Scale of 32 aitem ($\alpha = 0.903$) and the Self-Esteem Scale consists of 26 aitem ($\alpha = 0.887$).

Simple regression analysis showed $r_{xy} = 0.578$ with $p = 0.000$ ($p < 0.05$), meaning that there is a significant positive relationship between sense of community and self-esteem in the Community Hijabers members in Yogyakarta. The results showed that the higher the sense of community, the higher the self-esteem, conversely the lower the sense of community the lower the self-esteem owned by Hijabers Community. Sense of community to contribute effectively to the variables of self-esteem at 33.4%, while 66.6% came from other factors that are not revealed in this study.

Keywords: Self-Esteem, Sense Of Community, Community Hijabers

*** The author responsible**

PENDAHULUAN

Dunia modern sekarang banyak komunitas yang hadir sebagai perwujudan dari cerminan diri, mulai dari komunitas budaya, suku, hingga komunitas untuk penanda kelas sosial dan *fashion style*. Salah satunya adalah sebuah komunitas yang dalam waktu singkat dapat membuat sebuah tren berkerudung terbaru di Indonesia, yang dikenal sebagai *Hijabers Community* (Fazriyati, 2011). Hanya dalam waktu 3 tahun *Hijabers Community* didirikan, anggota yang sudah terdaftar mencapai 30.000 orang tersebar di seluruh Indonesia (Liputan Ikonika dalam Metro TV, 2013).

Harga diri yang rendah sering menimbulkan perasaan pesimistis dan melahirkan kepercayaan diri yang rendah (Dariuszky, 2004, h.6). Penelitian yang dilakukan Kling, dkk

(1999, h. 470), mengungkapkan bahwa perempuan memiliki harga diri yang lebih rendah dibandingkan pria. Terjadinya perbedaan harga diri tersebut muncul pada saat masa pubertas pada perempuan, dimana masa pubertas merupakan masa-masa yang berat bagi perempuan. Pada masa pubertas tersebut, banyak perempuan yang dilaporkan memiliki *body image* yang negatif dan gejala-gejala depresi lainnya yang berujung pada rendahnya tingkat harga diri yang dimiliki.

Banyak penelitian yang menyatakan bahwa harga diri pada perempuan berada pada tingkat rendah jika dibandingkan dengan harga diri laki-laki, namun pada kenyataannya anggota *Hijabers Community* memiliki karakteristik sikap yang menunjukkan bahwa anggota *Hijabers Community* memiliki harga diri yang tinggi. Hal

tersebut dapat terlihat dari hasil tanya jawab pada beberapa anggota *Hijabers Community* diketahui bahwa para anggota sangat terbuka dengan kritik yang diberikan terlihat dari adanya evaluasi rutin yang diadakan, mudah menerima orang lain dan cenderung tidak menjadi *perfect*, terlihat dari *Hijabers Community* yang bersikap terbuka dengan orang lain diluar komunitas, percaya terhadap usaha dirinya serta mampu menghargai dan menghormati diri sendiri.

Banyak pakar yang berpendapat bahwa harga diri dianggap sebagai kebutuhan dasar manusia, dimana proses peningkatan harga diri sering dianggap sebagai salah satu elemen terpenting dari peristiwa yang paling memuaskan dalam kehidupan individu (Sheldon dalam Zeigler, 2013, h.5). Pernyataan

di atas menunjukkan bahwa harga diri adalah suatu hal yang penting dalam kehidupan manusia, maka perlu ada usaha untuk meningkatkan harga diri pada diri individu. Salah satu cara meningkatkan harga diri pada individu adalah dengan memperhatikan kondisi psikologis individu, dimana *sense of community* merupakan salah satu yang mempengaruhi kondisi psikologis individu dalam peningkatan harga diri.

Dari sebuah *sense of community* tersebut terbentuk persepsi mengenai kebersamaan dan perannya di dalam sebuah komunitas untuk dan berlanjut menjadi sebuah proses kognitif (*self system*) untuk mengevaluasi diri yang berperan dalam peningkatan harga diri. *Sense of community* meliputi rasa saling memiliki, rasa pentingnya keberadaan

anggota di dalam komunitas dan terhadap anggota lainnya (dalam Orford, 2007, h.182). Rasa memiliki dan menjadi bagian dari sebuah komunitas memberikan evaluasi mengenai proses penerimaan dan penghargaan individu dalam pembentukan harga diri. *Sense of community* di dalam kondisi psikologis individu sebagai salah satu faktor harga diri, memiliki peran terjadinya proses kognitif mengenai penerimaan diri atau penghargaan individu mengenai kemampuan dirinya.

Tingginya *Sense of community* yang dimiliki *Hijabers Community* dalam proses *self system* menjadikan evaluasi diri individu lebih ke arah positif mengenai dirinya sebagai individu. Penilaian atau evaluasi secara positif atau negatif terhadap dirinya ini disebut harga diri (*self esteem*) Deaux,

dkk (dalam Santrock, 2007). Individu dengan harga diri yang tinggi cenderung bahagia, sehat, berhasil dan dapat menyesuaikan diri (Brehm dan Kassin dalam Dayaksini, 2003, h.71).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara *sense of community* dengan harga diri pada anggota *Hijabers Community* di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Harga Diri

Coopersmith (dalam Walgito, 2005, h.212) mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi individu terhadap dirinya secara positif atau negatif. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri, dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya. Menurut Festinger

(dalam Sarwono, 2009,. h.59) harga diri berguna untuk mengetahui seperti apa dirinya, orang akan melakukan perbandingan dengan orang lain karena tidak adanya patokan yang objektif untuk menilai, sehingga orang lain menjadi sumber informasi mengenai diri kita. Penelitian ini menggunakan Aspek harga diri dari Coopersmith (dalam Murk, 2006, h.76), yaitu kekuatan (*power*), keberartian (*significance*), kebajikan (*virtue*), kemampuan (*competence*).

Sense Of Community

Sense of community mengacu kepada perasaan yang terkait secara emosional karena berada bersama (Dalton dkk., 2001, h. 187). Sarason mengemukakan *sense of community* sebagai persepsi mengenai kesamaan dengan orang lain, perasaan bahwa dirinya merupakan bagian dari

komunitas, keinginan untuk mempertahankan, saling ketergantungan dengan cara memberikan atau melakukan sesuatu untuk orang lain dan perasaan bahwa seseorang menjadi bagian dari struktur yang saling mendukung dan selalu dapat diandalkan (Fisher dkk, 2002, h.6). Penelitian ini menggunakan dimensi *sense of community* dari McMillan dan Chavis (dalam Dalton, dkk., 2001, h. 194) yaitu: Keanggotaan (*Membership*), Pengaruh (*Influence*), Integrasi dan pemenuhan kebutuhan (*Integration and fulfillment of needs*), Hubungan emosional bersama (*Shared emotional connection*).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik subjek terlebih dahulu berdasarkan ciri dan sifat populasinya yang kemudian

dikenai skala penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 149 orang anggota *Hijabers Community* di Yogyakarta, subjek pada penelitian ini akan menggunakan *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* dilakukan dengan menentukan subjek penelitian secara acak tanpa memperhatikan strata (Sugiyono, 2009, h.118), melalui sistem undian berdasarkan daftar nama yang diperoleh dari Bank BRI Syariah peneliti memberikan hasil kocokan nama yang terpilih kepada ketua *Hijabers Community* untuk selanjutnya di hubungi agar dapat hadir di acara untuk mengisi Skala.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala model Likert. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Harga diri yang

disusun berdasarkan aspek harga diri Coopersmith, yaitu kekuatan (*power*), keberartian (*significance*), kebajikan (*virtue*), kemampuan (*competence*) (dalam Murk, 2006, h.76). Skala *sense of community* disusun berdasarkan dimensi *sense of community* oleh McMillan dan Chavis (dalam Dalton, dkk., 2001, h. 194) yaitu: Keanggotaan (*Membership*), Pengaruh (*Influence*), Integrasi dan pemenuhan kebutuhan (*Integration and fulfillment of needs*), Hubungan emosional bersama (*Shared emotional connection*).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik perhitungan analisis regresi sederhana (Winarsunu 2009, h. 177) dengan program analisis statistik komputer *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 17.0

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara *sense of community* dengan harga diri pada anggota *Hijabers Community* di Yogyakarta. Hasil uji hipotesis penelitian yang menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan bantuan komputer melalui program SPSS versi 17.0 diperoleh hasil $r_{xy} = 0,578$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Koefisien korelasi tersebut mengindikasikan adanya hubungan antara variabel *sense of community* dengan harga diri, tingkat signifikansi sebesar $p < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Sense Of Community* dengan harga diri. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa ada

hubungan positif dan signifikan antara *sense of community* dengan harga diri Anggota *Hijabers Community* di Yogyakarta, sehingga hipotesis dapat **diterima**.

Hasil penelitian membuktikan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi harga diri pada anggota *Hijabers Community* Yogyakarta adalah *Sense of community*. *Sense of community* di dalam kondisi psikologis individu sebagai salah satu faktor harga diri memiliki peran terjadinya proses kognitif (*self system*) mengenai penerimaan diri atau penghargaan individu mengenai kemampuan dirinya. Tingginya *Sense of community* yang dimiliki *Hijabers Community* dalam proses kognitif (*self system*) menjadikan evaluasi diri individu lebih ke arah positif mengenai dirinya sebagai individu. Menurut penelitian

yang dilakukan Leary (1995, h. 123) mengungkapkan bahwa harga diri yang dimiliki individu banyak dipengaruhi oleh sejauh mana individu dihargai dan diterima oleh orang lain. Individu yang merasa dihargai dan diterima oleh orang lain umumnya mengalami tingkat yang lebih tinggi pada harga diri dari pada mereka yang tidak (Zeigler, 2013, h.9).

Koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan *R square* pada variabel *sense of community* adalah sebesar 0,334. Angka tersebut mengandung pengertian bahwa *sense of community* dalam penelitian ini memberikan sumbangan efektif sebesar 33,4% terhadap harga diri pada anggota *Hijabes Community* Yogyakarta, sedangkan sisanya sebesar 66,6% ditentukan oleh faktor

lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dibuat kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *sense of community* dengan harga diri pada *Hijabers Community* di Yogyakarta. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti dapat **diterima** dan *sense of community* memiliki sumbangan efektif terhadap harga diri sebesar 33,4%, dimana 66,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi anggota *Hijabers Community*,
Disarankan untuk mempertahankan kegiatan yang sudah ada, dengan cara meningkatkan kegiatan-kegiatan berkumpul seperti berekreasi alam bersama, mengadakan lomba keterampilan anak panti asuhan, bazaar usaha mandiri yang dimiliki setiap anggota sehingga meningkatkan *sense of community* dan berpengaruh pada proses peningkatan harga diri pada anggota. Para anggota *Hijabers Community* juga disarankan untuk mengikuti kegiatan komunitas lainnya diluar *Hijabers Community* agar dapat menyebarkan nilai positif yang individu bawa dari

Hijabers Community dan juga mendapatkan timbal balik dari lingkungan di luar komunitas.

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi Harga Diri seperti lingkungan keluarga, faktor psikologis dan jenis kelamin. Peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai dampak negatif akibat dari tingginya *sense of community* yang dimiliki sebuah komunitas

DAFTAR PUSTAKA

Fazriyati, W. 2011. Hijabers Community, Bersyiar Melalui Fashion Taat Kaidah. *Kompas.com*.
<http://female.kompas.com>.
Diakses pada 15 Mei 2013.

- Ikonias. Fenomena Hijabers Community. 2013. *Liputan Metro TV*. Ditayangkan pada 10 Maret 2013.
- Kling, K.C., Hyde, J. S., Showers, C. J., & Bussell, B. N. 1999. Gender Differences in Self Esteem: A meta analysis. *Psychological Buletin*, 125, 470-500.
- Dariuzsky, G. *Membangun Harga Diri*. 2004. Bandung: CV Ponir Jaya
- Orford, Jim. 2007. *Community Psychology: Challenges, controversies, and emerging consensus*. New Delhi: John Wiley & Sons, Ltd.
- Zeigler, V.H. 2013. *Self Esteem*. New York: Psychology Press
- Santrock, J. W. 2007. *Remaja*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Dayaksini, T., Hudaniah, 2003. *Psikologi sosial*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Murk, Christopher. 2006. *Self-esteem research, theory, and practice: toward a positive psychology of self-esteem*. New York: Springer publishing Company.
- Winarsunu, T. 2009. *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Edisi Revisi. Malang: UMM Press.
- Dalton, J., Elias, M., Wandersman, A. 2001. *Community psychology: linking individuals and communities*. Canada: Wadsworth/Thomson learning.
- Leary, M. R., dan Downs, D. L. 1995. Interpersonal functions of the self esteem motive: the self esteem system as a sociometer. *Journal of personality and social psychology*, 74, 123-144