

ABSTRAK

Chafi Alida Najla, 200541100087, Pengaruh Persepsi Terhadap Bias Konfirmasi Pada Remaja Pengguna Instagram, Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya, Universitas Tronojoyo Madura.

Salah satu bentuk kemudahan pemenuhan informasi individu dapat terlihat pada fenomena meledaknya informasi pada sosial media. Namun hal ini perlu diperhatikan karena banyak informasi yang tidak disajikan secara utuh. Hal ini berakibat pada pengguna yang bisa saja menimbulkan sebuah bias dalam memahami informasi yang diterima. Kini, semua orang memiliki kemudahan dalam menerima informasi karena telah hadir banyak platform yang menyediakan beragam informasi di dalamnya, salah satunya ialah platform instagram. Penelitian ini menggunakan platform instagram karena konten sentralisasi gambar yang mereka tonjolkan, bisa jadi dapat memengaruhi suasana hati pengguna dan memengaruhi cara berfikir seseorang hingga bisa saja otak memberikan makna yang keliru. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap bias konfirmasi pada remaja pengguna instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik responden yaitu remaja dengan rentang usia 18-22 tahun yang aktif menggunakan instagram sebagai sumber informasi. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Instrumen pengumpulan data penelitian ini menggunakan skala persepsi dan skala bias konfirmasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji regresi linear sederhana dengan hasil analisis nilai regresi sebesar 115,174 nilai F sebesar 23,631 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) artinya hipotesis diterima, maka terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi terhadap bias konfirmasi remaja pengguna instagram. Sumbangan efektif persepsi terhadap bias konfirmasi sebesar 19,9 %, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Persepsi, Bias Konfirmasi, Remaja, Instagram

ABSTRACT

Chafi Alida Najla, 200541100087, The Influence of Perception on Confirmation Bias in Adolescent Instagram Users, Psychology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Tronojoyo University Madura.

One form of ease in fulfilling individual information needs can be seen in the phenomenon of the explosion of information on social media. However, this needs to be noted because much of the information is not presented in its entirety. This results in users potentially causing bias in understanding the received information. Now, everyone has the convenience of receiving information because many platforms provide various information within them, one of which is the Instagram platform. This study uses the Instagram platform because of the centralization of image content they highlight, which may influence users' moods and affect someone's thinking to the extent that the brain may provide erroneous meanings. The main objective of this research is to determine the influence of perception on confirmation bias in teenage Instagram users. This research uses a quantitative approach with purposive sampling technique with respondent characteristics being teenagers aged 18-22 years who actively use Instagram as a source of information. The number of respondents in this study was 97 respondents. The data collection instrument for this research uses perception scales and confirmation bias scales. The data analysis used in this study is simple linear regression analysis with the result of the regression value being 115.174, the F value being 23.631 with a significance level of 0.000 (<0.05), meaning the hypothesis is accepted, thus there is a significant positive influence between perception of confirmation bias in teenage Instagram users. The effective contribution of perception to confirmation bias is 19.9%, the rest is influenced by other factors not examined.

Keywords: Perception, Confirmation Bias, Teenagers, Instagram