
Sikap Percaya Diri dalam Bentuk *Self-love* di Kalangan UNIBI Ambassador

Shinta Hartini Putri, Aulia Agistiyani, Neng Ulfa, Nisa Lathifah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis
Indonesia

Email: shintahartiniputri@unibi.ac.id; auliaagistiyani23@student.unibi.ac.id;
nengulfa23@student.unibi.ac.id; nisalathifah@unibi.ac.id

Diterima:
5 November 2024

Diterima Setelah Revisi:
11 November 2024

Dipublikasikan:
30 November 2024

Abstrak

Pada zaman sekarang, tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak generasi Z yang kurang percaya diri. *Public speaker* atau seorang individu yang mempunyai kemampuan berkomunikasi di depan khalayak, diyakini memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Kepercayaan diri dan *self-love* yang baik sering ditemui pada tokoh-tokoh publik seperti influencer, *brand ambassador*, artis maupun atlet. UNIBI Ambassador sebagai salah satu ikon di UNIBI memiliki sebuah keberadaan maupun aura yang dominan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran penerapan sikap percaya diri dan *self-love* di kalangan UNIBI Ambassador sebagai masukan dan bahan evaluasi untuk menerapkan sikap percaya diri yang baik dan *self-love* di kalangan remaja maupun masyarakat umum. Dalam mencapai tujuan tersebut penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data primer melalui wawancara, sedangkan data sekunder menggunakan studi literatur buku, jurnal, dan sumber internet. Hasil dari penelitian ini adalah UNIBI Ambassador memandang percaya diri dan *self-love* sebagai suatu hal yang penting. *Self-love* ditanamkan pada diri setiap anggota dengan baik, meskipun rasa percaya diri yang tinggi dan baik belum terlaksana atau terintegrasi seluruhnya.

Kata Kunci: Percaya Diri, Mencintai Diri, Ambassador, Ambassador Kampus

Abstract

Nowadays, it is undeniable that many Generation Z still lack self-confidence. Public speakers or individuals who can communicate in front of an audience are believed to have high self-confidence. Good self-confidence and self-love are often found in public figures such as influencers, brand ambassadors, artists, and athletes. UNIBI Ambassador, one of the icons at UNIBI, has a dominant presence and aura. This study aims to provide an overview of the application of self-confidence and self-love among UNIBI Ambassadors as input and evaluation material for implementing good self-confidence and self-love among teenagers and the general public. In achieving these objectives, this study uses a descriptive qualitative research method, with primary data collection techniques through interviews, while secondary data uses literature studies of books, journals, and internet sources. The results of this study are that the UNIBI Ambassador views self-confidence and self-love as important. Self-love is instilled in each member well, although high and good self-confidence has not been fully implemented or integrated.

Keywords: Self-Confidence, Self-love, Ambassador, Campus Ambassador

1 PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak generasi Z yang kurang percaya diri. Dilansir dari liputan6.com berdasarkan data KPPPA tahun 2018, 56% remaja Indonesia ditemukan memiliki rasa percaya diri yang rendah. Watson merilis hasil survei regional dalam laporan tribunnews.com, menjelang Hari Perempuan Internasional, dari “Women’s Confidence Survey in Asia (Wise)” yang menunjukkan bahwa hampir 50% perempuan di Asia merasa kurang percaya diri (Prawira, 2018). Dalam laporan tribunnews.com, menjelang Hari Perempuan Internasional, Watson merilis hasil survei regional dari “Women’s Confidence Survey in Asia (Wise)” yang menunjukkan bahwa hampir 50% perempuan di Asia merasa kurang percaya diri (Rini, 2022). Individu yang kurang percaya diri biasanya ketika melakukan sesuatu akan merasa takut dan tidak yakin. Selain itu, sering merasa enggan untuk mengungkapkan pendapat dan berbicara di hadapan orang banyak, karena tidak memiliki keberanian (Nawas, 2020).

Public speaker atau seorang individu yang mempunyai kemampuan berkomunikasi di depan khalayak diyakini memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Seorang individu yang memiliki rasa percaya diri akan berpikir jika ia merupakan individu yang positif dan memiliki potensi dapat andil sekaligus dapat melakukan kerjasama dengan orang lain dalam berbagai segmen kehidupan. Rasa percaya diri ini kemudian dimanfaatkan sebagai salah satu kunci kesuksesan setiap aktivitas yang dilakukannya dengan baik, tepat waktu, dan penuh vitalitas (Saputra, 2014).

Kepribadian yang baik dan kuat dapat menjadi salah satu sumber timbulnya kepercayaan diri seseorang (Danieda, 2019). Wujud percaya diri dapat berupa rasa percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki, tidak merasa terdorong untuk bersikap konformis agar dapat diterima, memiliki keberanian dalam menerima dan menghadapi penolakan, serta memiliki pengendalian diri dan emosi yang stabil, keyakinan, *locus of control*, sikap positif, dan harapan yang realistis.

Selain permasalahan di atas, perempuan Indonesia masih mempunyai tingkat *self-love* yang rendah (Misdyanti & Kurniasari, 2022). Menurut studi yang dilakukan The Body Shop, indeks *self-love* perempuan Indonesia adalah 52, lebih rendah dibandingkan indeks *self-love* laki-laki Indonesia yang sebesar 54. Yang berarti perempuan Indonesia lebih banyak mengalami krisis *self-love* dibandingkan laki-laki. Selain itu, indeks *self-love* perempuan Indonesia masih rendah dibandingkan standar indeks *self-love* global yang dinyatakan dalam skala 0 hingga 100 (The Body Shop, 2020).

Peneliti meyakini bahwa peningkatan rasa percaya diri dapat dilakukan salah satunya dengan menerapkan *self-love*. *Self-love* berarti melakukan tindakan yang menggerakkan diri menuju kemajuan dan selalu menghargai diri sendiri (Irmayanti & Zuroidah, 2024). Orang yang mempraktikkan *self-love* memahami, menerima kekuatan dan kelemahannya, peduli terhadap dirinya sendiri, dan secara sadar dan proaktif berupaya membangun hubungan yang sehat (Basaria et al., 2022). Karena fenomena yang ada di masyarakat, remaja berpendapat bahwa sangat perlu menerapkan *self-love* agar dapat lebih mengenal diri sendiri, mencintai diri sendiri, percaya diri dan terhindar dari perilaku berisiko (Rani et al., 2022).

Kepercayaan diri dan *self-love* yang baik sering ditemui pada tokoh-tokoh publik seperti influencer, *brand ambassador*, artis maupun atlet. Tokoh publik terkadang dapat menginspirasi seseorang dan dijadikan sebagai sebuah panutan bagi orang lain untuk menjalani kehidupannya agar dapat seperti tokoh publik tersebut. Seorang *brand ambassador* dikenal memiliki kepercayaan diri yang baik ketika berbicara di depan publik. UNIBI Ambassador sebagai salah satu ikon di UNIBI memiliki sebuah keberadaan maupun aura yang dominan. Sebagai seorang tokoh publik karakteristik seperti berani dan percaya diri terlihat jelas dalam pada setiap individu dari UNIBI Ambassador.

Bagi seorang duta kampus, seperti UNIBI Ambassador, sikap percaya diri bukan hanya penting untuk menunjang performa pribadi, tetapi juga untuk mencerminkan citra positif universitas di hadapan masyarakat luas. Namun, banyak mahasiswa yang merasa kesulitan dalam membangun dan mempertahankan rasa percaya diri. Masalah ini seringkali berakar dari berbagai faktor internal, seperti rendahnya *self-esteem*, ketidakpuasan dengan penampilan fisik, atau perasaan cemas dan keraguan diri. Salah satu pendekatan yang dapat membantu mengatasi hal ini adalah dengan

mengembangkan konsep *self-love* atau mencintai diri sendiri, yang menjadi dasar dari rasa percaya diri yang sehat dan berkelanjutan.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk sebagai masukan dan bahan evaluasi untuk mengamalkan sikap percaya diri yang baik dan *self-love* di kalangan remaja maupun masyarakat umum, serta untuk meningkatkan motivasi generasi milenial hingga generasi z dalam meningkatkan *self-love* dan mencegah risiko perilaku berbahaya akibat kurangnya *self-love* dan kepercayaan diri. Selain itu, penelitian ini diharapkan sebagai referensi mengenai sikap percaya diri dalam *self-love* yang dapat mendukung generasi milenial hingga generasi z dalam meningkatkan kedua aspek tersebut.

Penelitian ini penting untuk memahami urgensi pengembangan *self-love* dalam membangun rasa percaya diri yang tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga dapat memperkuat citra positif universitas di mata publik. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi langkah awal dalam merancang program-program pengembangan diri yang lebih efektif bagi mahasiswa, khususnya yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang melibatkan peran publik seperti UNIBI Ambassador.

Berdasarkan masalah tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai “Percaya Diri dalam Bentuk *Self-love* di Kalangan UNIBI Ambassador”. Adapun pertanyaan penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi fokus penelitian berjumlah 3 yaitu:

1. Apa makna dari percaya diri dan *self-love* dari pandangan finalist UNIBI Ambassador?
2. Bagaimana penerapan sikap percaya diri dan *self-love* di kalangan finalist UNIBI Ambassador?
3. Bagaimana dampak dari sisi positif maupun sisi negatif dari adanya sikap percaya diri?

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Percaya Diri

Kepercayaan diri adalah perasaan dan keyakinan bahwa keberhasilan dapat dicapai tergantung pada usaha diri sendiri dan dengan menumbuhkan evaluasi positif terhadap diri sendiri dan lingkungan, sehingga seseorang bertindak dengan keyakinan penuh dan dapat menghadapi segala sesuatunya dengan tenang (Fitri et al., 2018). Kepercayaan diri dapat diartikan sebagai penghargaan dan penilaian positif terhadap diri sendiri (Dinar & Purnomo, 2016). Kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan, masalah akan timbul tanpa adanya kepercayaan diri (Selwen & Rahena, 2021).

Manusia memiliki kemampuan untuk meyakinkan diri sendiri dan mengembangkan evaluasi positif terhadap diri sendiri serta lingkungan sekitarnya. Berikut beberapa istilah yang terkait dengan hal ini:

1. *Self-Concept*
Self-Concept mengacu pada persepsi individu terhadap dirinya serta hubungannya dengan benda di sekitarnya dan orang lain. (Sukron Djazilan et al., 2022) menjelaskan bahwa *self-concept* adalah bagaimana individu melihat dirinya sendiri dan ini mencakup tiga dimensi yang membentuknya, yaitu mengenal diri sendiri. *Self-concept* menentukan bagaimana individu berperilaku/bereaksi dalam berbagai situasi.
2. *Self-Esteem*
Self-esteem merupakan perasaan subyektif tentang harga diri dan nilai pribadi. *Self-esteem* adalah komponen penting dalam kesuksesan seseorang dalam berbagai aspek kehidupan, dan juga berkontribusi pada peningkatan kesehatan mereka.
3. *Self-Efficacy*
Efikasi diri merupakan suatu keyakinan atau penilaian diri yang berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam keberhasilan melakukan suatu pekerjaan. *Self-efficacy* berhubungan dengan kepercayaan diri seseorang atas kemampuan yang dia miliki dalam memecahkan berbagai masalah yang di tengah atau akan dihadapi.

4. *Self-Confidence*

Self-confidence adalah kepercayaan, keyakinan, dan perilaku seseorang terhadap kemampuan mereka yang ditunjukkan dengan menerima apa adanya secara positif maupun negatif dan diperoleh melalui hasil belajar dengan tujuan mencapai kebahagiaan diri sendiri. Percaya diri berarti memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri serta mampu mencapai keberanian, hubungan sosial, tanggung jawab, dan harga diri yang tinggi.

2.2 *Self-love*

Self-love didefinisikan sebagai sikap kebaikan terhadap diri sendiri yang dapat dipelajari dan bertahan sepanjang hidup. Orang yang menerapkan *self-love* akan berusaha untuk memahami dan menghadapi dirinya sendiri, menerima kekuatan dan kekurangan dirinya, dan ingin merawat dirinya sendiri. Mereka juga akan berusaha untuk membangun hubungan yang sehat secara sadar dan aktif (Basaria et al., 2022).

Self-love merupakan tindakan positif berupa penerimaan dan penghargaan terhadap diri sendiri. Namun, tidak semua keinginan bisa terpenuhi. Tujuan dari *self-love* bukan hanya untuk membahagiakan diri sendiri, tapi juga untuk bersikap toleran terhadap orang lain. *Self-love* sendiri memiliki manfaat bagi kesehatan fisik dan mental, antara lain pengembangan kebiasaan hidup sehat, dan pencapaian kepuasan hidup. Berikut merupakan beberapa aspek yang dapat menumbuhkan *self-love*:

1. *Self-Awareness*

Self-awareness merupakan kesadaran diri seseorang akan proses berpikirnya. *Self-awareness* adalah kesadaran tentang proses fisik dan psikologis yang terkait dengan kehidupan mental, termasuk tujuan hidup, emosi, dan proses kognitif yang mengikutinya. Seseorang yang memiliki *self-awareness* dapat mengendalikan dirinya tentang tujuan hidupnya, bagaimana mengatur emosinya, dan bagaimana emosi mempengaruhi kognitifnya (Sihaloho, 2019).

2. *Self-Worth*

Self-worth adalah keyakinan yang dimiliki seseorang mengenai dirinya. *Self-Worth* adalah penilaian dan keyakinan seseorang terhadap diri sendiri tentang seberapa berharga dirinya dan bahwa ia berhak untuk bahagia. Hal ini diartikan sebagai keadaan seseorang yang menyadari bahwa dirinya memiliki nilai dan hak untuk merasa bahagia. *Self-Worth* merupakan penilaian dan keyakinan seseorang terhadap diri sendiri bahwa dirinya berharga dan berhak untuk merasa bahagia (Imaniar, 2023).

3. *Self-Care*

Self-care merupakan tindakan yang dilakukan seseorang untuk menjaga kesehatan dirinya. Setiap orang pada dasarnya memiliki kemampuan dasar (*natural ability*) untuk melakukan perawatan diri (*self-care*), dan peran perawat adalah untuk mempengaruhi kemampuan tersebut. *Self-care* (perawatan diri) terdiri dari kegiatan praktik yang membuat pasien atau individu mandiri, dan individu tersebut mulai mengenal masalah mereka sendiri pada batas waktu berdasarkan kemampuan mereka dengan suatu aktivitas yang bertujuan untuk membuatnya menjadi lebih baik atau sehat.

2.3 *Brand Ambassador*

Brand Ambassador adalah alat yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen, dan juga menjadi cara bagi *Brand Ambassador* untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan. *Brand Ambassador* digunakan oleh pelaku bisnis untuk mengundang konsumen, menarik perhatian mereka, dan membujuk konsumen agar membeli produk yang digunakan oleh *Brand Ambassador* (Yanti et al., 2023). *Brand Ambassador* dapat menjadi bagian dari strategi kreatif perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk. *Brand Ambassador*

diharapkan menjadi pengiklan dan juru bicara yang membantu mencerminkan merek di benak konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu bersumber dari jurnal internasional ataupun jurnal nasional terakreditasi yang hanya menjelaskan mengenai strategi para *influencer* dalam meng-kampanye-kan *self-love* untuk kesehatan mental di media sosial (Felicia Hastan & Genep Sukendro, 2022). Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu lebih fokus pada makna dan penerapan *self-love* pada kalangan remaja, khususnya UNIBI Ambassador.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai data-data yang hadir atau dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, ungkapan narasi, dan gambar. Untuk teknik pengumpulan data penelitian menggunakan wawancara mendalam pengumpulan data dari beberapa sumber internet, buku dan jurnal. Wawancara adalah suatu komunikasi tatap muka antara dua pihak atau lebih, pihak satu sebagai pewawancara dan yang lain sebagai responden, dengan tujuan tertentu (Fadhallah, 2021).

Wawancara mendalam dilakukan bersama Shafira Qurrotu Ainin Afa selaku Pemenang UNIBI Ambassador season 2 sekaligus Ketua UNIBI Ambassador season 2, dan Bryan Jeremi Rinaldo selaku Pemenang UNIBI Ambassador season 2. Setelah data terkumpul, data akan diolah dan dianalisis yang akan menghasilkan sebuah hasil atau simpulan. Penelitian ini dilaksanakan sejak Januari 2024. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data dengan model Miles dan Huberman. Model Miles dan Huberman merupakan teknik analisa data melalui beberapa tahapan yakni, pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclutions*). Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Makna dari Percaya Diri dan *Self-love* menurut Pandangan Finalis UNIBI Ambassador

Kepercayaan diri yang dimiliki seorang tokoh publik belum tentu dimiliki juga oleh masyarakat yang bukan bagian dari tokoh publik. Banyak dari masyarakat belum mampu untuk memiliki rasa percaya diri yang baik ketika berbicara di depan umum. Bahkan, sebagian orang merasa enggan dan lebih senang untuk berada di zona nyamannya. Zona nyaman adalah ketika berada di titik di mana merasa seperti memiliki semuanya, tetapi itulah yang membuat tidak mengalami perkembangan. Sangat banyak pengalaman baru yang dapat diperoleh jika zona nyaman dapat diatur secara dinamis. Pengalaman ini tidak dapat diperoleh kecuali keluar dari zona nyaman (Muti'ah, 2024). UNIBI Ambassador sebagai tokoh publik dikenal memiliki kepercayaan diri yang baik ketika tampil di depan umum. Menurut Shafira salah satu pemenang UNIBI Ambassador sekaligus Ketua UNIBI Ambassador *Season 2*,

“Percaya diri itu dimana kita bisa keluar dari zona nyaman kita. Jadi kita ga perlu takut untuk melakukan hal-hal yang menurut kita benar gitu. Karena emang kadang, kalau menurut aku sendiri pribadi, masih kadang suka takut melakukan hal-hal yang menurut aku itu benar. Karena aku terlalu memikirkan orang lain. Padahal apa yang aku lakukan itu gak terlalu berpengaruh gitu. Jadi kaya aku mau ngomong engga nya tuh, dunia itu ga akan kiamat gitu kan maksudnya gitu. Jadi percaya diri maksud aku menurut aku itu adalah orang yang bisa berani keluar dari zona nyamannya gitu sih menurut aku” (Wawancara dengan Shafira)

Zona nyaman sering kali menahan seseorang dari berkembang. Maka dari itu diperlukan adanya niat maupun keberanian untuk keluar dari zona nyaman dan membangun rasa percaya diri.

Sebelum membangun rasa percaya diri diperlukan pemahaman akan makna dari percaya diri itu sendiri. Setelah itu barulah dapat dilihat dan diartikan apakah seseorang telah memiliki kepercayaan diri yang baik atau belum.

Seseorang yang memiliki rasa kepercayaan diri yang baik tentunya memiliki *self-love* yang baik. *Self-love* dapat tumbuh berasal dari adanya penerimaan terhadap diri sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Shafira salah satu pemenang UNIBI Ambassador,

“Menurut aku *self-love* itu kondisi dimana kamu udah menerima diri kamu secara keseluruhan. Mau kamu emang nilainya mau kecil, maaf apabila ini agak sensitif mau itu kamu ngga terlalu cantik atau gimana, kamu terlalu kurus, itulah kebalikannya gitu ya. Menurut aku *self-love* itu dimana kamu bisa menerima semua hal itu, gitu. Meskipun kamu ngga bisa untuk selalu melewati ekspektasi yang kamu buat, tapi kamu menerima hal itu, itu menurut aku udah *self-love* banget” (Wawancara dengan Shafira).

Dalam membangun rasa kepercayaan diri yang baik *self-love* dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang, seperti yang dikatakan Bryan salah satu pemenang UNIBI Ambassador *Season 2* “Bisa, sangat bisa. Justru kalau kita mau percaya diri kita ya harus *self-love* dulu. Karena gimana kita bisa mempercayai diri kita kalau misalnya kita tidak bisa mencintai diri kita sendiri? Gimana caranya kita bisa percaya pada seseorang kalau misalnya kita tidak tahu seseorang itu siapa? dan dibalikin ke kita gimana. Bryan bisa percaya sama Bryan sendiri, tapi kalau misalkan Bryan nggak ngerti sama karakter Bryan sendiri, ya sebelum percaya diri kita harus mencintai diri kita sendiri dulu. Ya kayak contoh kita sopan ke orang dan kita harus sopan dulu ke diri kita” (Wawancara dengan Bryan).

Mencintai diri sendiri dan mempercayai diri sendiri menjadi sebuah sinergi, dalam proses *self-love* dan pengenalan konsep diri sendiri akan memunculkan perasaan percaya pada kemampuan diri, sehingga dapat juga mengetahui limit atau kapasitas dari diri apakah dapat atau tidaknya diri dalam mencapai sesuatu.

4.2 Penerapan Sikap Percaya Diri dan *Self-love* di Kalangan Finalis UNIBI Ambassador

Ketika menjadi seorang UNIBI Ambassador khususnya, seseorang tidak langsung dilepas begitu saja untuk mengeksplorasi sendiri dan melakukan apa yang harus mereka lakukan tanpa sebuah arahan atau petunjuk. Setelah lolos menjadi seorang *Brand Ambassador* mereka mendapat berbagai pengarahan seperti bagaimana berbicara di depan publik yang baik.

Untuk berbicara di depan publik tentunya diperlukan adanya percaya diri dan *self-love*. Menurut Shafira, “Kalau dilihat dari anak-anak *Brand Ambassador* season satu tingkat kepercayaan diri anak season satu udah bagus banget udah terintegrasi banget sebagai mereka seorang duta itu karena emang sebelum mereka jadi duta pasti merkea ada pembekalan, dan dari pembekalan itu pasti mereka itu pasti dikasitu ilmu ilmu tentang percaya diri itu seperti apa gitu, *self-love* itu seperti apa gitu,” (Wawancara dengan Shafira). Dapat disimpulkan pada UNIBI Ambassador *season* satu mendapatkan impresi positif dari penerapan mereka terhadap percaya diri dan *self-love*.

“Tapi kalau menurut aku anak-anak *season 2* ini dalam kepercayaannya ini belum terlaksana atau terintegrasi secara menyeluruh. Jadi masih ada beberapa orang kaya ‘engga ah aku malu’ jadi di mereka itu masih ada perasaan-perasaan kaya msih ada kok yang lebih dari aku, dan jadi masih ada pemikiran-pemikiran yang seperti itu. *Season 2* ini dan karena aku ketuanya jadi *self-love* itu ya aku harus menerima aku sebagai ketua. Dan sebagai ketua itu kan bukan sebuah atau suatu yg bisa dibanggakan yah karena itu kan sebuah tanggung jawab besar. Itu *self-love* yang aku tanamkan. Saat ini, sebagai *ambassador* adalah aku harus menerima tanggung jawab yang besar. Karena orang-orang udah mempercayai diri aku sebagai duta dan ketua duta.” (Wawancara dengan Shafira)

Bagi Shafira sebagian dari UNIBI Ambassador *Season 2* masih belum dapat menunjukkan penerapan kepercayaan diri dan *self-love* dengan baik. Dalam wawancara bersama Bryan, ia memberikan contoh bagaimana penerapan yang dilakukan UNIBI Ambassador *Season 2* dan sedikit bukti, “Penerapannya itu kayak mungkin kita lebih berani aja. Yang mungkin dulu awalnya nggak berani ke sekolah-sekolah tapi sekarang harus nyontohin kita harus arselin ke anak-anak kayak ayo masuk UNIBI segala macam. Tapi gimana caranya membawa mereka ke percakapannya itu ke yang lebih enak. Dan untuk *self-love* nya aku yakin semua orang yang udah masuk UNIBI Ambassador mereka udah punya *self-love*, terbukti kayak kita nggak ngerubah karakter kita masing-masing buat nyesuain diri sama orang lain malah karakternya ngeblend aja ya karena penerapannya ya karena kehendaknya 10 orang ini gitu,” (Wawancara dengan Bryan).

Agar dapat menerapkan *self-love* sekaligus rasa percaya diri yang baik kedua pemenang UNIBI Ambassador *Season 2* Bryan dan Shafira memberikan sedikit tips.

“*Self-talk* sih kalau gue, bicara sendiri aja sih depan kaca, tapi sendirian ya. Gini kaya, setiap gua bangun, setiap gua apa konsepnya tuh sama kaya kita berdoa-berdoa tuh kan kita ngucap Syukur ke Tuhan. Tapi ini kita ngucap Syukur sama terimakasih ke diri kita sendiri. Di depan kaca emang agak weird sih, tapi itu nenangin banget. Misal ada masalah yang mengganggu *self-esteem*, *self-love* atau kepercayaan diri kita jadi turun, kita bisa omongin depan kaca. Kaya halo Bryan, Bryan maafin semuanya segala macem. Kalau lagi di jalan, gua ngebayangin kalau gua meluk diri gua sendiri di otak gua, darisitu gua tenang lagi dan bisa di push lagi,” (Wawancara dengan Shafira)

Kunci dari tips yang di berikannya adalah *self-talk* untuk mengapresiasi diri, memberikan berbagai kehangatan untuk diri sendiri. Berbeda dengan Shafira yang memberikan dua poin utama untuk menerapkan *self-love* sekaligus percaya diri yang baik. “Aku selalu merencanakan semua hal yang mau aku capai, bagaimana caranya agar aku tidak bisa mengecewakan orang lain dan juga mengecewakan diri aku sendiri” (Wawancara dengan Bryan). Kunci utamanya adalah merencanakan semua hal yang hendak dicapai dan lakukan yang terbaik agar tidak ada pihak yang merasa kecewa.

4.3 Dampak dari Sisi Positif Maupun Sisi Negatif dari Adanya Sikap Percaya Diri

Suatu sikap positif apabila dilakukan dengan berlebihan dapat memberikan dampak negatif. Dampak positif dari rasa percaya diri dapat di rasakan langsung ketika penerapan dari percaya diri itu sendiri sudah baik. Menurut Shafira salah satu Pemenang UNIBI Ambassador *Season 2*, “Kalau secara general dilihat dari sisi positif nya orang-orang ini jadi menonjol, mereka percaya diri itu bisa masuk ke personal branding. Jadi orang-orang yang percaya diri, orang-orang yang punya *personal branding* itu mereka yang bakal mendapatkan *privilege* di kehidupan sosial. Kepercayaan diri itu sangat bagus untuk personal branding kita gitu” (Wawancara dengan Bryan).

Dampak positif dari rasa percaya diri ini sangat menguntungkan terutama bagi orang-orang yang melakukan hubungan sosial setiap harinya. Namun dampak negatif dari rasa percaya diri ini juga perlu diperhatikan. Menurut Bryan salah satu pemenang UNIBI Ambassador *Season 2*,

“Kadang-kadang orang-orang itu dari percaya diri itu mereka terlalu percaya diri. Karena gini kalau misalnya kita udah terlalu percaya diri kita nggak bisa ngawasin hal-hal kecil yang bahaya buat kita. Jatuhnya egois kalau terlalu percaya diri. Kaya gitu sih kalau misal dari kepercayaan diri. Jadi kalau misal udah *over* dan dosisnya udah terlalu banyak itu ngejutuhin diri sendiri. Egois” (Wawancara dengan Bryan).

Shafira juga menambahkan dari dampak negatif percaya diri ini bahwa, “Orang-orang yang terlalu percaya diri atau yang sangat *over* terhadap diri mereka itu tuh bisa menjadi malapetaka juga

ke mereka. Karena kepercayaan diri ini bisa menuju kekesombongan gitu. Nah kepercayaan diri itu harus bisa dipertanggung jawab kan gitu.” (Wawancara dengan Shafira).

5 SIMPULAN

Kalangan UNIBI Ambassador memandang percaya diri dan *self-love* sebagai suatu hal yang penting. *Self-love* ditanamkan pada diri setiap anggota dengan baik, meskipun rasa percaya diri yang tinggi dan baik belum terlaksana atau terintegrasi seluruhnya. Karena rasa percaya ini memiliki keuntungan untuk personal branding setiap orangnya, namun tetap rasa percaya diri ini tidak bisa dilakukan secara berlebihan atau terlalu percaya diri karena akan menumbuhkan kesombongan, menjadikan seseorang egois, dan memberikan malapetaka bagi orang tersebut.

Salah satu dampak positif yang paling signifikan dari penelitian ini adalah pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana *self-love* dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis mahasiswa. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan penting mengenai cara UNIBI Ambassador membangun dan mempertahankan rasa percaya diri mereka. Dengan meningkatkan *self-love*, mereka akan mampu tampil lebih percaya diri dan profesional dalam peran mereka sebagai duta universitas.

Untuk memperluas pemahaman, penelitian selanjutnya bisa membandingkan tingkat *self-love* dan kepercayaan diri antara UNIBI Ambassador dengan kelompok mahasiswa lainnya yang tidak terlibat dalam peran publik. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai apakah *self-love* di kalangan UNIBI Ambassador dipengaruhi oleh eksposur publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Basaria, D., Satyagraha, M. D., Indriana, L. M., & Nathania. (2022). *Penerapan Self Love Sebagai Bagian Dari Pencegahan Remaja Menampilkan Perilaku Negatif Di Lingkungan*.
- Danieda, F. (2019). *Percaya Diri Harga Mati*. Araska.
- Dinar, P., & Purnomo, H. (2016). Hubungan Keterampilan Komunikasi Interpersonal Dan Kepercayaan Diri Siswa Kelas X SMAN 1 Garum Kabupaten Blitar. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 1(2), 55–59. <http://journal.um.ac.id/index.php/bk>
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. UNJ Press.
- Felicia Hastan, V., & Genep Sukendro, G. (2022). *Kreativitas Influencer dalam Mengampanyekan Self Love untuk Kesehatan Mental di Instagram*.
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1–5. <https://doi.org/10.29210/02017182>
- Imaniar, S. A. (2023). *Hubungan antara Self-Worth, Self-Compassion dengan Subjective Well-Being*.
- Irmayanti, N., & Zuroidah, A. (2024). Gambaran Ketergantungan Emosional dan Harga Diri Pada Korban Kekerasan Dalam Pacaran: Sistematis Review. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*. <https://doi.org/10.35891/jip.v11i2>
- Misdyanti, R., & Kurniasari, N. (2022). Self-love: Studi Netnografi Dalam Website Komunitas Online Rahasia Gadis. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 9(1), 7. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v9i1.499>
- Muti'ah. (2024). *Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Satu Satu” Karya Idris*.
- Nawas, F. (2020). *Layanan Konseling Individu Pada Peningkatankepercayaan Diri Siswa*.
- Prawira, A. E. (2018, April 17). *Kepercayaan Diri Anak Perempuan Indonesia Rendah, Apa Penyebabnya?* www.liputan6.com/health/read/3462397/kepercayaan-diri-anak-perempuan-indonesia-rendah-apa-sebabnya

- Rani, E. N., Sulistiawan, I., Yunita, R. D., Ifsyaussalam, R. A., Ariyani, V., & Wijaya, Y. D. (2022). Pentingnya Self Love Serta Cara Menerapkannya Dalam Diri. *SICEDU: Science and Education Journal*, 1(2).
- Rini, R. A. P. (2022, March 7). *Survei Watsons: 50 Persen Wanita Asia Kurang Percaya Diri di Tempat Kerja*. <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2022/03/07/live-report-survei-watsons-50-persen-wanita-asia-kurang-percaya-diri-di-tempat-kerja>
- Saputra, F. T. (2014). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kecemasan. *Psikoborneo*, 2(4).
- Selwen, P., & Rahena, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kemampuan Public Speaking Mahasiswa. In *Jurnal Pendidikan Buddha dan Isu Sosial Kontemporer* (Vol. 3, Issue 2).
- Sihaloho, R. P. (2019). Hubungan Antara Self Awareness Dengan Deindividuasi Pada Mahasiswa Pelaku Hate Speec. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 5(2).
- Sukron Djazilan, M., Darmawan, D., Retnowati, E., Anastasya Sinambela, E., Mardikaningsih, R., Issalillah, F., & Khan Khayru, R. (2022). The Role of Self-Discipline, Self-Concept and Self-Efficiency on Teacher Performance. *Education and Human Development Journal Tahun*, 7(3). <https://doi.org/10.33086/ehdj.v7i3>
- The Body Shop. (2020). *Self Love Index*. <https://www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/activism/self-love/self-love-index/a/a00043>
- Yanti, M. N., Sadat, A. M., & Sari, D. A. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Product Quality. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1).