

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

Oleh:

Raudhatul Ikrimah¹

Eka Nia Wulandari²

Malika Almadinah³

Dinda Fadia Putri⁴

Erhan Habli Muttaqin⁵

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Alamat: JL. Ir. H. Djuanda No. 95 Ciputat, Kota Tangerang Selatan (15412).

Korespondensi Penulis: raudhatulikrimah05@gmail.com,
ekaniawulandari04@gmail.com, malika.almadinah205@gmail.com,
dindafadia@gmail.com, erhanjay11@gmail.com.

Abstract. *This study aims to examine the influence of students' communication skills on their Self-Esteem during the Safari Dakwah 28 program, conducted by students of the Islamic Guidance and Counseling Study Program at Syarif Hidayatullah State Islamic University Jakarta (UIN Jakarta). Safari Dakwah is a community service and self-development program that requires students to actively communicate religious messages to society. The research used a quantitative approach with an associative causal design. The sample consisted of 42 students. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using Pearson correlation and simple linear regression tests. The results showed a very strong positive relationship between communication skills and Self-Esteem, with a correlation coefficient of $r = 0.805$ and a significance level of $p = 0.000$. The regression analysis yielded $R^2 = 0.649$, indicating that 64.9% of the variance in Self-Esteem is explained by communication skills. This study highlights the importance*

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

of communication training in religious outreach activities to foster stronger Self-Esteem among students.

Keywords: *Communication Skills, Safari Dakwah, Self-Esteem.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemampuan komunikasi mahasiswa terhadap *Self-Esteem* (harga diri) dalam kegiatan Safari Dakwah 28 yang dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. Safari Dakwah merupakan program pengabdian masyarakat dan pengembangan diri yang menuntut mahasiswa untuk aktif berkomunikasi dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Sampel penelitian sebanyak 42 mahasiswa. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson dan regresi linear sederhana. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara kemampuan komunikasi dan *Self-Esteem*, dengan nilai korelasi $r = 0,805$ dan signifikansi $p = 0,000$. Uji regresi menghasilkan $R^2 = 0,649$, menunjukkan bahwa 64,9% variasi *Self-Esteem* dijelaskan oleh kemampuan komunikasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya pelatihan komunikasi dalam kegiatan dakwah untuk membentuk harga diri yang kuat pada mahasiswa.

Kata Kunci: Kemampuan Komunikasi, Safari Dakwah, *Self-Esteem*.

LATAR BELAKANG

Mahasiswa merupakan kelompok usia dewasa awal yang sedang berada pada tahap penting dalam perkembangan psikososialnya. Pada fase ini, pembentukan identitas diri dan penguatan harga diri (*Self-Esteem*) menjadi aspek yang sangat menentukan dalam kesiapan mereka menghadapi tantangan kehidupan sosial maupun profesional. Salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap pembentukan *Self-Esteem* adalah kemampuan komunikasi. Melalui komunikasi yang efektif, individu dapat membangun relasi yang sehat, mengungkapkan pemikiran dan perasaan dengan jelas, serta memperoleh pengakuan sosial yang positif, yang semuanya berkontribusi terhadap peningkatan *Self-Esteem*.

Kegiatan Safari Dakwah merupakan salah satu program pengabdian masyarakat dan juga pengembangan diri bagi mahasiswa, khususnya pada mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa baik dalam melakukan penyuluhan maupun berdakwah, membentuk karakter Islami, serta mengasah kemampuan komunikasi di tengah masyarakat. Dalam kegiatan Safari Dakwah, mahasiswa dituntut tidak hanya untuk menyampaikan materi keagamaan, tetapi juga untuk berinteraksi secara efektif dengan berbagai lapisan masyarakat.

Situasi di lapangan menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik tampak lebih percaya diri dalam menjalankan tugas dakwahnya dibandingkan dengan mahasiswa yang kemampuan komunikasinya terbatas. Kondisi ini memunculkan dugaan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kemampuan komunikasi mahasiswa dan tingkat *Self-Esteem* (harga diri) mereka selama mengikuti kegiatan tersebut. Karena beberapa di antaranya menunjukkan kecemasan komunikasi, ketidakmampuan membangun interaksi yang efektif, hingga perasaan rendah diri dalam menghadapi audiens. Kondisi ini dikhawatirkan dapat menurunkan *Self-Esteem* mahasiswa, sehingga menghambat efektivitas peran mereka dalam kegiatan dakwah tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah terdapat pengaruh kemampuan komunikasi mahasiswa terhadap *Self-Esteem* dalam kegiatan Safari Dakwah 28. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang psikologi sosial dan dakwah Islam, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan program pelatihan komunikasi yang terintegrasi dalam kegiatan dakwah kampus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemampuan komunikasi terhadap *Self-Esteem* mahasiswa yang mengikuti Safari Dakwah 28.

KAJIAN TEORITIS

Secara teoritis, kemampuan komunikasi dipahami sebagai kapasitas individu dalam menyampaikan pikiran, perasaan, dan informasi secara efektif kepada orang lain (Tubbs & Moss, 2008). Sementara itu, *Self-Esteem* merujuk pada penilaian individu terhadap nilai dan harga dirinya sendiri (Rosenberg, 1965). Berbagai penelitian

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kemampuan komunikasi dan *Self-Esteem*.

Berdasarkan teori sosial-kognitif Bandura (Bandura, 1997), pengalaman keberhasilan dalam interaksi sosial yang sebagian besar dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi dapat meningkatkan *Self-Esteem*. Adapun beberapa penelitian sebelumnya oleh Riggio (Riggio, 2010) menyatakan bahwa individu dengan keterampilan komunikasi interpersonal yang baik cenderung memiliki tingkat *Self-Esteem* yang lebih tinggi. Demikian pula, McCroskey dan Richmond (McCroskey & Richmond, 1995) juga mengemukakan bahwa peningkatan keterampilan komunikasi dapat menurunkan kecemasan sosial dan memperkuat harga diri.

Temuan-temuan ini mengindikasikan pentingnya upaya penguatan kemampuan komunikasi sebagai strategi untuk meningkatkan *Self-Esteem* mahasiswa, khususnya dalam konteks kegiatan dakwah yang sarat interaksi sosial seperti Safari Dakwah. Lalu, Putri dan Sari (Putri & Sari, 2021) menemukan bahwa mahasiswa dengan kemampuan komunikasi interpersonal yang tinggi cenderung memiliki tingkat *Self-Esteem* yang lebih baik. Sementara itu, temuan dari Rahman (Rahman, 2020) dalam konteks kegiatan organisasi kampus menunjukkan adanya pengaruh positif antara kemampuan komunikasi dan *Self-Esteem*, namun penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji konteks tentang kegiatan dakwah keagamaan seperti Safari Dakwah yang kami teliti ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, karena bertujuan untuk mengukur pengaruh antar variabel secara statistik dan menjelaskan hubungan sebab-akibat. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2009:14), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak (*random sampling*), instrumen berbentuk angket, dan analisis statistik untuk menguji hipotesis. Jenis penelitian asosiatif digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih, dan dalam konteks ini digunakan untuk mengukur pengaruh kemampuan komunikasi terhadap *Self-Esteem* mahasiswa (Sugiyono, 2015).

Penelitian ini melibatkan 42 mahasiswa dari Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai subjek penelitian. Mahasiswa tersebut adalah peserta Safari Dakwah 28 yang dilaksanakan di Kabupaten Ciamis. Karakteristik subjek meliputi usia antara 18 hingga 22 tahun, dengan komposisi gender terdiri atas 8 pria dan 34 wanita. Kegiatan Safari Dakwah merupakan program pengabdian masyarakat yang menuntut mahasiswa untuk aktif berinteraksi dengan masyarakat dalam menyampaikan materi dakwah, sehingga menuntut adanya keterampilan komunikasi dan kepercayaan diri. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada kemampuan komunikasi mahasiswa sebagai variabel independen dan *Self-Esteem* (harga diri) sebagai variabel dependen, dalam konteks peran aktif mereka dalam kegiatan lapangan.

Teknik pengambilan data dilakukan secara langsung kepada responden, yaitu setelah kegiatan Safari Dakwah selesai dilaksanakan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tatap muka untuk memastikan keakuratan data dan keterisian angket secara lengkap oleh responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel kemampuan komunikasi (X) terhadap *Self-Esteem* (Y). Analisis ini digunakan untuk mengukur hubungan kausal antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Dalam pengolahan data, digunakan nilai koefisien determinasi (R Square) untuk menunjukkan sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket tertutup dengan Skala Likert empat pilihan jawaban, yaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Pernyataan dalam angket terdiri atas item favorabel dan unfavorabel, yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel Kemampuan Komunikasi (X): Kejelasan, Keterbukaan, Empati, Ketegasan, dan Kecakapan Interpersonal.
2. Variabel *Self-Esteem* (Y): *Self-confidence*, *Self-acceptance*, *Social respect*, dan *Positive self-regard*.

Instrumen telah diuji melalui uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan. Uji validitas dilakukan menggunakan analisis Corrected Item-Total Correlation melalui software SPSS versi 25. Kriteria yang digunakan adalah nilai korelasi di atas 0,30. Hasil

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

menunjukkan bahwa seluruh 21 item memiliki nilai korelasi antara 0,629 hingga 0,907, yang berarti semua item dinyatakan valid untuk mengukur konstruk variabel.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan perhitungan Cronbach's Alpha, dengan hasil sebesar 0,977, yang jauh di atas nilai minimal 0,70 sebagaimana disarankan oleh Sugiyono (2015). Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi, dan dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Model penelitian dalam studi ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dengan keterangan:

Y = *Self-Esteem*

X = Kemampuan Komunikasi

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

Model tersebut digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi kemampuan komunikasi terhadap peningkatan *self-esteem* mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan setelah kegiatan Safari Dakwah 28 berakhir, yaitu pada 24 Januari 2025, di Kabupaten Ciamis. Data dikumpulkan melalui penyebaran angket tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert empat poin. Responden berjumlah 42 mahasiswa dari Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Instrumen mencakup dua variabel: Kemampuan Komunikasi sebagai variabel independen dan *Self-Esteem* sebagai variabel dependen.

Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu terhadap mahasiswa dari Safari Dakwah angkatan 25, 26, dan 27. Hasil uji validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa seluruh 21 item valid, dengan nilai korelasi antara 0,629 hingga 0,907 (kriteria $> 0,30$). Sementara uji reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,977, yang menunjukkan konsistensi internal sangat tinggi. Setelah instrumen dinyatakan layak, data dari responden utama

dianalisis secara statistik. Hasil analisis deskriptif untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 1.

Table 1. Statistik Deskriptif Variabel Self-Esteem dan Kemampuan Komunikasi

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
<i>Self-Esteem</i>	17.14	6.13	42
Kemampuan Komunikasi	20.36	6.72	42

Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya terhadap 34 mahasiswa dari angkatan Safari Dakwah sebelumnya. Uji validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa seluruh 21 item memiliki nilai korelasi antara 0,629 hingga 0,907, yang berarti semua item valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,977, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal sangat tinggi dan layak digunakan.

Hubungan antara Kemampuan Komunikasi dan *Self-Esteem* diuji menggunakan korelasi Pearson. Hasil analisis ditampilkan pada Tabel 2.

Table 2. Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	r	Sig. (1-tailed)	N
Kemampuan Komunikasi vs <i>Self-Esteem</i>	0.805	0.000	42

Nilai $r = 0.805$ menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel. Signifikansi $p = 0.000$ menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak terjadi secara kebetulan.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh Kemampuan Komunikasi terhadap *Self-Esteem*. Hasilnya ditampilkan pada Tabel 3 dan 4.

Table 3. Model Summary: Pengaruh Kemampuan Komunikasi terhadap Self-Esteem

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0.805	0.649	0.640	3.68071

$$\text{Persamaan regresi: } Y = 2.165 + 0.736X$$

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

Table 4. Koefisien Regresi Linear antara Kemampuan Komunikasi dan Self-Esteem

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Konstanta)	2.165	1.832	-	1.182	0.244

Persamaan regresi: $Y = 2.165 + 0.736X$, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit Kemampuan Komunikasi akan meningkatkan skor *Self-Esteem* sebesar 0.736 poin. Nilai *R Square* sebesar 0.649 berarti 64,9% variasi dalam *Self-Esteem* dapat dijelaskan oleh Kemampuan Komunikasi.

Kemampuan Komunikasi Mahasiswa

Kemampuan pada dasarnya merupakan potensi atau daya yang dimiliki seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas tertentu. Pengertian Kemampuan menjelaskan bahwa keterampilan (skill) adalah sebuah kemampuan yang memungkinkan seseorang untuk melakukan perbuatan baik secara lancar maupun secara tepat (Kartini, 2006).

Salah satu bentuk kemampuan yang sangat penting dalam kehidupan manusia adalah kemampuan berkomunikasi. Komunikasi merupakan sarana utama dalam menjalin hubungan antarindividu, baik dalam konteks sosial, pendidikan, maupun profesional. Menurut Aw (2010) kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang artinya memberitahukan. kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan, dan lain lain antara dua orang atau lebih. Lebih lanjut, menurut Effendi (dalam Sa'diyah, 2015) menjelaskan bahwa komunikasi adalah penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan tujuan memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat atau pikiran, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media). Proses ini tidak hanya melibatkan pesan verbal, tetapi juga pesan nonverbal, seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, intonasi suara, dan sikap tubuh. dalam hal ini, komunikasi menjadi sarana untuk menyampaikan makna dan membentuk pemahaman bersama. Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring bertambahnya usia dan pengalaman, kebutuhan berkomunikasi pun menjadi semakin kompleks. Hal ini disebabkan oleh peningkatan tuntutan sosial, akademik, dan profesional yang dihadapi

individu. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi menjadi keterampilan yang esensial dan wajib dimiliki oleh setiap orang dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Menurut Devito (2011) kemampuan komunikasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif. Kemampuan ini melibatkan pemahaman terhadap konteks situasi komunikasi, kepekaan terhadap hubungan antarindividu, serta keterampilan dalam menyusun pesan yang tepat sesuai dengan tujuan komunikasi. Individu yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik akan mampu menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan audiens, memilih kata-kata yang sesuai, serta menggunakan bahasa tubuh yang mendukung.

Untuk dapat berkomunikasi secara efektif, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai unsur-unsur utama dalam proses komunikasi. Unsur-unsur ini saling berkaitan satu sama lain dan menjadi fondasi dalam terciptanya komunikasi yang berhasil. Menurut Deddy (2005), terdapat lima unsur pokok yang membentuk proses komunikasi, yaitu:

1. **Komunikator**, adalah pihak pengirim pesan atau sumber informasi yang menjadi awal terjadinya suatu komunikasi. Komunikator disebut juga *sender* atau *source*, yaitu individu atau kelompok yang memiliki gagasan, ide, perasaan, atau informasi untuk disampaikan kepada pihak lain. Keberhasilan suatu komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyusun pesan, memilih media yang tepat, serta menyampaikan pesan secara jelas dan menarik. Kredibilitas, sikap, serta keterampilan komunikasi dari komunikator menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi komunikan terhadap pesan yang disampaikan.
2. **Komunikan**, adalah pihak Penerima (*receiver*) pesan dari komunikator. Komunikan memiliki peran penting karena dari pihak inilah komunikasi dapat dinilai berhasil atau tidak. Penerima pesan tidak hanya berperan pasif, tetapi juga aktif dalam memahami, menerjemahkan dan akhirnya memberi respon. Tingkat pemahaman komunikan terhadap pesan sangat dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan berpikirnya. Oleh karena itu, penting bagi komunikator untuk menyesuaikan pesan dengan karakteristik komunikan agar pesan dapat diterima secara optimal.
3. **Media**, Media atau Saluran (*channel*) yang digunakan untuk menyampaikan pesan sebagai sarana berkomunikasi dari komunikator kepada komunikan. Media verbal

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

meliputi ucapan langsung, percakapan, ceramah, atau tulisan dalam bentuk surat, email, artikel, dan sebagainya. Sementara itu, media nonverbal mencakup isyarat tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, simbol, gambar, suara, dan sandi. pemilihan media yang tepat akan memperkuat efektivitas komunikasi. Misalnya, pesan yang bersifat emosional lebih tepat disampaikan secara langsung agar komunikan dapat menangkap intonasi dan ekspresi yang mendukung makna pesan.

4. Pesan, Isi komunikasi berupa pesan (*message*) yang disampaikan oleh Komunikator kepada Komunikan. Kejelasan pengiriman dan penerimaan pesan sangat berpengaruh terhadap kesinambungan komunikasi. Pesan merupakan informasi, gagasan, perasaan, atau instruksi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Kejelasan, relevansi, dan struktur pesan sangat mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Pesan yang ambigu atau tidak terstruktur dengan baik dapat menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, penting bagi komunikator untuk merancang pesan dengan memperhatikan konteks, bahasa, serta tujuan komunikasi. Pesan yang baik adalahh pesan yang dapat dipahami secara mudah dan dapat menggugah respon dari komunikan.
5. Tanggapan atau umpan balik (*feedback*), merupakan respons yang diberikan oleh komunikan setelah menerima dan memproses pesan. Tanggapan ini dapat berupa sikap, ucapan, tindakan, atau ekspresi tertentu yang mencerminkan sejauh mana pesan diterima dan dipahami. Feedback menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas komunikasi, karena memungkinkan komunikator mengetahui apakah pesan telah tersampaikan dengan baik atau belum. Dalam komunikasi dua arah, feedback memberikan kesempatan bagi terjadinya klarifikasi, konfirmasi, atau negoisasi

***Self-Esteem* Mahasiswa**

Self-Esteem merupakan satu kesatuan dalam kehidupan manusia. Pentingnya pemenuhan *Self-Esteem* individu terkait erat dengan dampak negatif jika mereka tidak memiliki *Self-Esteem* yang kuat, maka akan kesulitan dalam menghadapi perilaku sosialnya. *Self-Esteem* adalah penilaian atau penghargaan seseorang terhadap dirinya sendiri. Ini mencakup bagaimana seseorang melihat dirinya, seberapa berharga ia merasa, dan seberapa percaya diri ia dalam menjalani kehidupan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Baron & Byrne (2018) bahwa harga diri adalah evaluasi diri yang

dibuat oleh setiap individu, sikap orang terhadap dirinya sendiri dalam rentang dimensi positif sampai negatif.

Menurut pandangan Rosenberg (1965), dua hal yang berperan dalam pembentukan harga-diri (*Self-Esteem*), adalah reflected appraisals dan komparasi sosial (*social comparisons*). Mereka yang memiliki harga-diri (*Self-Esteem*) rendah diduga memiliki kecenderungan menjadi rentan terhadap depresi, penggunaan narkoba, dan dekat dengan kekerasan. Harga-diri (*Self-Esteem*) yang tinggi membantu meningkatkan inisiatif, resiliensi dan perasaan puas pada diri seseorang (Baumeister dkk., 2003; dalam Myers, 2005).

Terlihat bahwa harga-diri (*Self-Esteem*) yang tinggi mencerminkan kondisi pribadi positif, yang akan memunculkan sikap yang baik dalam berinteraksi dengan orang lain. Seseorang dengan harga-diri (*Self-Esteem*) tinggi dikatakan memiliki resiliensi yang tinggi, yaitu memiliki kemampuan untuk bangkit kembali, dengan cara mengatasi tekanan yang dialami. Namun demikian, seseorang dengan harga-diri (*Self-Esteem*) tinggi bisa saja suatu saat mengalami kegagalan atau kekecewaan yang membuat harga-diri (*Self-Esteem*) mereka menurun. Kondisi inilah yang dikenal sebagai harga diri (*Self-Esteem*) yang terancam. Pada kondisi tersebut harga-diri (*Self-Esteem*) dapat mengalami penurunan. Ancaman terhadap harga-diri (*Self-Esteem*) ini kemudian memunculkan reaksi untuk mempertahankan diri, yang menurut Heatherton dan Vohs (2000; dalam Myers, 2005) dapat dilakukan dengan memandang rendah orang lain dan melebih-lebihkan keunggulan mereka atas diri orang lain (lihat Myers, 2005). Reaksi tersebut sebetulnya merupakan upaya seseorang untuk mempertahankan harga-diri (*Self-Esteem*) dari hal-hal yang mengancam atau hal-hal yang dapat menurunkan harga diri (*Self-Esteem*).

Situasi dimana seseorang berupaya untuk mempertahankan harga-diri (*Self-Esteem*) ini dikenal dengan *Self-Esteem maintenance*. Mereka yang merasa harga dirinya (*Self-Esteem*) terancam, akan memandang kesuksesan orang lain sebagai sesuatu yang mengancam keberadaan atau keberhargaan diri mereka. Perasaan terancam ini akan menimbulkan reaksi untuk '*menjatuhkan*' orang lain, apakah dengan memandang rendah orang lain atau bahkan dengan menggunakan kekerasan.

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

Hubungan Komunikasi dan *Self – Esteem*

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kemampuan komunikasi mahasiswa dan tingkat *Self-Esteem* mereka. Uji korelasi Pearson yang digunakan untuk menguji hubungan antar kedua variabel menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,805$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori sangat kuat, merujuk pada klasifikasi korelasi menurut Cohen (1988), yang menyatakan bahwa nilai r di atas 0,70 menunjukkan hubungan yang kuat hingga sangat kuat. Nilai signifikansi yang jauh di bawah ambang batas 0,05 juga menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tidak terjadi secara kebetulan, melainkan memiliki relevansi statistik yang sangat signifikan.

Arah hubungan yang positif antara kedua variabel menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemampuan komunikasi yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat *Self-Esteem* yang mereka rasakan. Dengan kata lain, mahasiswa yang mampu mengutarakan gagasan secara jelas, menunjukkan keterbukaan dalam berinteraksi, serta memiliki empati dan ketegasan yang baik dalam komunikasi, cenderung memiliki persepsi diri yang lebih positif, merasa dihargai, dan lebih percaya diri dalam menjalankan peran sosialnya, khususnya dalam kegiatan Safari Dakwah.

Selanjutnya, uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan komunikasi memberikan pengaruh terhadap *Self-Esteem* mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan *Self-Esteem*, dengan nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,649$) dan nilai signifikansi $p = 0,000$. Angka tersebut mengindikasikan bahwa 64,9% variasi dalam *Self-Esteem* mahasiswa dapat dijelaskan oleh kemampuan komunikasi mereka. Sisanya, sebesar 35,1%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian, seperti dukungan sosial, pengalaman masa lalu, atau kondisi psikologis lainnya.

Sementara itu, koefisien regresi yang bernilai $B = 0,736$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu poin dalam skor kemampuan komunikasi akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,736 poin dalam skor *Self-Esteem*. Pengaruh positif ini kembali menegaskan temuan awal bahwa kemampuan komunikasi tidak hanya berhubungan, tetapi juga berpengaruh signifikan serta dapat memprediksi tingkat *Self-Esteem*.

Hasil dari analisis statistik ini secara keseluruhan menguatkan hipotesis penelitian dan memperkuat argumen teoritis bahwa komunikasi yang efektif adalah salah satu faktor utama dalam membangun citra diri yang positif dan rasa percaya diri di kalangan mahasiswa. Dalam konteks kegiatan Safari Dakwah, keterampilan komunikasi menjadi unsur yang sangat penting karena mahasiswa harus menghadapi situasi komunikasi publik dan interpersonal yang menuntut kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah diterima oleh masyarakat. Keberhasilan dalam menjalankan fungsi komunikasi tersebut berdampak langsung terhadap peningkatan rasa percaya diri dan harga diri mahasiswa. Dengan demikian, data statistik dalam penelitian ini tidak hanya memperkuat kerangka teori yang telah digunakan, tetapi juga memberikan bukti empiris bahwa peningkatan kemampuan komunikasi mahasiswa dapat menjadi strategi efektif dalam pengembangan *Self-Esteem*, khususnya dalam kegiatan dakwah sosial dan keagamaan.

Secara teoritis, salah satu kerangka utama yang menjelaskan variabel ini adalah teori sosial-kognitif yang dikembangkan oleh Bandura (1997). Menurut Bandura, *self-efficacy* atau keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam melakukan tindakan tertentu terbentuk melalui beberapa sumber utama, yaitu *mastery experience* (pengalaman keberhasilan), *vicarious experience* (pengamatan terhadap keberhasilan orang lain), *verbal persuasion* (dukungan sosial), dan *physiological state* (respon emosional). Ketika individu mengalami keberhasilan dalam situasi sosial, seperti berhasil menyampaikan gagasan secara efektif, maka pengalaman tersebut memperkuat persepsi diri sebagai pribadi yang kompeten. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *self-efficacy* yang tinggi ini selanjutnya mengarah pada evaluasi diri yang lebih positif, yang merupakan inti dari konsep *Self-Esteem*. Dengan demikian, komunikasi yang efektif dapat menjadi sarana untuk membangun dan mempertahankan persepsi positif terhadap diri sendiri melalui mekanisme keberhasilan interaksi sosial (Bandura, 1997).

Selain teori sosial-kognitif, hubungan antara komunikasi dan *Self-Esteem* juga dapat dijelaskan melalui *sociometer theory* yang dikemukakan oleh Leary dan Baumeister (2000). Dalam teori ini, *Self-Esteem* diposisikan sebagai indikator psikologis terhadap sejauh mana seseorang merasa diterima atau ditolak oleh kelompok sosialnya. *Self-Esteem* bukan semata-mata refleksi dari evaluasi diri yang bersifat internal, tetapi juga

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

merupakan hasil dari umpan balik sosial yang diterima seseorang dari lingkungannya. Ketika individu mampu berkomunikasi dengan baik, mereka cenderung lebih diterima secara sosial, mendapatkan perhatian dan penghargaan, serta diakui keberadaannya. Respons sosial yang positif ini kemudian meningkatkan persepsi diri sebagai individu yang bernilai, sehingga memperkuat *Self-Esteem*. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi bukan hanya instrumen untuk berbagi informasi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana validasi sosial yang penting bagi integritas psikologis seseorang (Leary & Baumeister, 2000).

Di samping itu, model kompetensi komunikasi interpersonal yang dikembangkan oleh Spitzberg dan Cupach (2011) memberikan penjelasan lebih rinci mengenai bagaimana efektivitas dan kesesuaian komunikasi dapat berdampak terhadap harga diri. Menurut model ini, komunikasi interpersonal yang dinilai efektif dan tepat oleh audiens akan menghasilkan validasi eksternal (pengakuan), rasa kendali atas situasi sosial (kontrol), dan internalisasi keberhasilan (penguatan diri). Ketika individu merasa mampu menyampaikan pesan secara tepat dan responsif terhadap kebutuhan interaksi, ia akan mendapatkan umpan balik sosial yang memperkuat citra diri. Hal ini berkontribusi pada dimensi utama *Self-Esteem*, seperti self-confidence (kepercayaan diri), self-acceptance (penerimaan diri), social respect (rasa dihargai), dan positive self-regard (penilaian positif terhadap diri). Dalam konteks ini, keberhasilan komunikasi menjadi medium yang efektif untuk mengaktualisasikan potensi diri sekaligus memperkuat integritas personal.

Temuan-temuan teoretis ini diperkuat oleh bukti empiris dari berbagai penelitian mutakhir di Indonesia. Sebuah studi oleh Purba, Soesilo, dan Irawan (2023) yang dilakukan pada mahasiswa Bimbingan dan Konseling menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dengan harga diri mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara komunikasi interpersonal dengan *Self-Esteem* adalah sebesar $r = 0,621$, dengan nilai signifikansi $p < 0,001$, yang berarti hubungan antara kedua variabel ini tidak hanya positif, tetapi juga kuat dan signifikan secara statistik. Hasil ini mendukung teori bahwa mahasiswa yang memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang baik akan lebih percaya diri, lebih dihargai dalam relasi sosial, dan memiliki persepsi diri yang lebih positif (Purba et al., 2023).

Penelitian serupa dilakukan oleh Amalia Mawaddah dan Nur Wisma (2023) yang meneliti siswa SMP. Dalam studi tersebut ditemukan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara keterampilan komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri, salah satu dimensi dari *Self-Esteem*. Nilai korelasi yang diperoleh adalah $r = 0,792$ dengan signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa kemampuan untuk menjalin dan mempertahankan interaksi sosial yang sehat merupakan prasyarat penting dalam membangun kepercayaan diri dan harga diri pada usia perkembangan yang lebih dini (Mawaddah & Wisma, 2023).

Selanjutnya, penelitian oleh Kristiani dan Katkar (2022) juga mendukung keterkaitan antara *Self-Esteem* dan komunikasi. Dalam studi tersebut ditemukan korelasi yang signifikan antara kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi interpersonal pada mahasiswa, dengan nilai $r = 0,654$ dan signifikansi $p = 0,000$. Hasil ini mengindikasikan bahwa individu dengan rasa percaya diri yang tinggi cenderung memiliki keterampilan komunikasi yang lebih baik, dan sebaliknya, komunikasi yang baik juga memperkuat keyakinan akan nilai dan kemampuan diri (Kristiani & Katkar, 2022).

Berdasarkan paparan teori dan data empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemampuan komunikasi yang baik berperan penting dalam meningkatkan *Self-Esteem* seseorang. Melalui komunikasi yang efektif, individu tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun hubungan sosial yang sehat, menerima umpan balik positif dari lingkungan, dan mengukuhkan citra diri sebagai individu yang kompeten dan berharga. Dalam lingkungan pendidikan, termasuk kegiatan keagamaan seperti Safari Dakwah, keterampilan komunikasi bukan sekadar alat retorik, tetapi juga instrumen pembentukan psikologis yang berdampak langsung pada peningkatan harga diri mahasiswa. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi harus menjadi bagian integral dari program pengembangan diri, bukan hanya untuk meningkatkan performa eksternal, tetapi juga sebagai intervensi preventif dalam mendukung kesehatan psikososial individu.

Safari Dakwah

Kegiatan Safari Dakwah merupakan program tahunan yang melibatkan mahasiswa dalam praktik dakwah secara langsung ke masyarakat. Program ini dirancang untuk mempertemukan mahasiswa dengan lingkungan dakwah yang nyata, di mana mereka dituntut untuk menyampaikan materi keagamaan, menjalin komunikasi sosial,

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

serta menghadapi berbagai tantangan di lapangan. Dalam konteks ini, kegiatan Safari Dakwah tidak hanya menjadi ajang pengabdian, tetapi juga menjadi sarana pengembangan kepribadian dan kompetensi sosial mahasiswa.

Melalui Safari Dakwah, mahasiswa berlatih untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara verbal di depan audiens yang beragam. Mereka dihadapkan pada kondisi yang menuntut keberanian, ketepatan dalam menyampaikan informasi, serta kemampuan membaca situasi sosial di masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi tempat yang efektif untuk mengasah kemampuan komunikasi interpersonal maupun publik mereka. Interaksi langsung dengan masyarakat juga menuntut mahasiswa untuk mampu menyesuaikan gaya komunikasi, memahami kebutuhan audiens, serta membangun hubungan yang positif dalam waktu singkat. Hal ini sejalan dengan pendapat Hargie bahwa komunikasi yang efektif membutuhkan konteks sosial yang nyata sebagai ruang latihan keterampilan komunikasi.

Selain itu, pengalaman berkomunikasi secara langsung di lapangan juga memiliki dampak signifikan terhadap *Self-Esteem* mahasiswa. Keberhasilan dalam menyampaikan pesan dakwah, mendapatkan apresiasi dari masyarakat, dan mampu mengatasi ketegangan atau rasa takut saat tampil di hadapan publik merupakan faktor-faktor yang dapat memperkuat penghargaan diri. Menurut Coopersmith, *Self-Esteem* terbentuk dari pengalaman nyata yang menghasilkan penilaian positif terhadap diri sendiri. Dengan kata lain, semakin sering mahasiswa mengalami keberhasilan dalam interaksi sosial, semakin kuat pula rasa percaya diri dan harga dirinya.

Kegiatan Safari Dakwah juga dapat dikaitkan dengan pendekatan experiential learning (pembelajaran berbasis pengalaman), di mana individu belajar melalui pengalaman langsung dan refleksi atas pengalaman tersebut. Menurut Kolb, pengalaman konkret menjadi fondasi utama dalam membentuk pemahaman dan pengembangan diri. Dalam konteks ini, Safari Dakwah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar tidak hanya secara teori, tetapi melalui praktik langsung yang melibatkan aspek emosional, sosial, dan spiritual.

Dengan demikian, Safari Dakwah tidak hanya sekadar kegiatan seremonial, tetapi berperan sebagai ruang aktualisasi diri yang berdampak langsung terhadap perkembangan kemampuan komunikasi dan *Self-Esteem* mahasiswa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa

mengalami proses pembelajaran transformatif yang mempengaruhi cara mereka memandang diri sendiri serta kemampuan mereka dalam berinteraksi dengan orang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kemampuan komunikasi mahasiswa dan tingkat self-esteem mereka selama mengikuti kegiatan Safari Dakwah 28. Melalui analisis korelasi Pearson, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,805 dengan signifikansi 0,000, yang berarti semakin tinggi kemampuan komunikasi mahasiswa, semakin tinggi pula tingkat self-esteem yang mereka miliki. Uji regresi linear sederhana memperkuat temuan ini, dengan nilai R square sebesar 0,649, yang berarti 64,9% variasi dalam self-esteem mahasiswa dapat dijelaskan oleh kemampuan komunikasi. Dengan demikian, komunikasi yang efektif terbukti tidak hanya membangun relasi sosial, tetapi juga berdampak langsung terhadap citra diri dan rasa percaya diri mahasiswa dalam menjalankan peran dakwah.

Instrumen yang digunakan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk pengembangan program-program pelatihan komunikasi yang lebih terarah.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar kegiatan Safari Dakwah dan aktivitas sejenisnya dilengkapi dengan pelatihan komunikasi interpersonal secara intensif, guna memperkuat kesiapan psikologis mahasiswa dalam berinteraksi dengan masyarakat. Selain itu, perlu juga penguatan kurikulum di lingkungan kampus dengan menekankan keterampilan komunikasi sebagai bagian dari kompetensi dasar dalam pendidikan keagamaan dan penyuluhan Islam. Penelitian ini terbatas pada konteks mahasiswa Bimbingan dan Penyuluhan Islam yang mengikuti Safari Dakwah di satu lokasi tertentu, sehingga generalisasi hasil harus dilakukan secara hati-hati. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan pada populasi yang lebih luas, lintas program studi, dan dengan mempertimbangkan variabel lain yang juga memengaruhi self-esteem, seperti pengalaman organisasi, dukungan sosial, atau kondisi psikologis lainnya.

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI MAHASISWA TERHADAP *SELF-ESTEEM* DALAM KEGIATAN SAFARI DAKWAH 28 DI CIAMIS

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Kristiani, S. P., & Katkar, K. (2022). Tingkat kepercayaan diri dalam kaitannya dengan kemampuan komunikasi interpersonal. *Reswara Journal of Psychology*, 5(2), 152–159. <https://doi.org/10.26740/eds.v5n2.p152-159>
- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 32, 1–62. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(00\)80003-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9)
- Mawaddah, A., & Wisma, N. (2023). Hubungan keterampilan komunikasi interpersonal dengan tingkat kepercayaan diri siswa. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29240/jbk.v7i2.7819>
- Purba, R. K., Soesilo, T. D., & Irawan, S. (2023). Hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan komunikasi interpersonal mahasiswa. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 8(1), 331–340. <https://doi.org/10.31316/gcouns.v8i01.4799>

Buku Teks

- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2018). *Psikologi sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2011). *Teori kepribadian (Theories of personality)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hargie, O. (2011). *Skilled interpersonal communication: Research, theory and practice* (5th ed.). London: Routledge.

Kartono, K. (2006). Psikologi umum. Bandung: Mandar Maju.

Mulyana, D. (2005). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Notoatmodjo, S. (2005). Metodologi penelitian kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.

Sa'diyah, C. (2015). Komunikasi interpersonal dalam layanan konseling. Yogyakarta: Deepublish.

Sugiyono. (2009). Statistika untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suhandang Aw, S. (2010). Komunikasi sosial budaya. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Buku (Dengan Editor)

Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (2011). Interpersonal communication competence. Dalam M. L. Knapp & J. A. Daly (Ed.), *The SAGE handbook of interpersonal communication* (edisi ke-4, hlm. 481–524). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Sumber dari Internet dengan Nama Penulis

Cherry, K. (2012). What is reliability? Diakses 1 Juni 2025 dari <http://psychology.about.com/od/researchmethods/f/reliabilitydef.htm>

Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.

Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.