

ABSTRAK

Fenomena di kalangan mahasiswa Perbankan Syariah menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa merasa tidak nyaman saat menjadi pusat perhatian, seperti di tempat umum atau saat presentasi. Hal ini mendorong keinginan untuk menghindari situasi tersebut atau mengubah tindakan dan penampilan. *Spotlight effect* adalah kecenderungan individu meyakini bahwa tindakan dan penampilannya lebih diperhatikan orang lain dibandingkan kenyataannya. Sementara itu, kecemasan sosial adalah rasa cemas berlebihan terhadap penilaian negatif dalam interaksi sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara kecenderungan kecemasan sosial dengan *spotlight effect* pada mahasiswa Perbankan Syariah. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 91 mahasiswa aktif yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan adalah skala kecemasan sosial SAS-S (18 item) dari Diah Ayu Harumbina (2023) berdasarkan teori La Greca & Lopez (1998), serta skala *spotlight effect* (31 item) yang dikembangkan peneliti berdasarkan teori Gilovich et al. (2000). Analisis data menggunakan korelasi *Pearson product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (p) adalah 0,000 atau ($p < 0,05$), dengan koefisiensi korelasi sebesar 0,406, yang mengindikasikan hubungan positif. Artinya, semakin tinggi kecenderungan kecemasan sosial, semakin besar kecenderungan *spotlight effect* yang dirasakan mahasiswa.

Kata kunci: Kecemasan Sosial, *Spotlight Effect*, Mahasiswa Perbankan Syariah

ABSTRACT

The phenomenon among Islamic Banking students shows that some students feel uncomfortable when they are the center of attention, such as in public places or during presentations. This encourages the desire to avoid the situation or change actions and appearance. Spotlight effect is the tendency of individuals to believe that their actions and appearance are more noticed by others than in reality. Meanwhile, social anxiety is an excessive sense of anxiety about negative judgment in social interactions. This study aims to analyze the relationship between the tendency of social anxiety and the spotlight effect in Islamic Banking students. This quantitative research involved 91 active students selected by purposive sampling technique. The instruments used were the SAS-S social anxiety scale (18 items) from Diah Ayu Harumbina (2023) based on the theory of La Greca & Lopez (1998), and the spotlight effect scale (31 items) developed by the researcher based on the theory of Gilovich et al. (2000). Data analysis used Pearson product moment correlation. The results of this study showed a significance value (p) of 0.000 or ($p < 0.05$), with a correlation coefficient of 0.406, which indicates a positive relationship. That is, the higher the tendency of social anxiety, the greater the tendency of spotlight effect felt by students.

Keywords: *Social Anxiety, Spotlight Effect, Islamic Banking Students*

خلاصة

الظاهرة التي تحدث بين طلاب برنامج الدراسات المصرفية الإسلامية تُظهر أن بعض الطلاب يشعرون بعدم الراحة والارتباك عندما يكونون مركز الاهتمام في الأماكن العامة أو أثناء تقديم العروض. ينتهي الأمر ببعض الطلاب إلى الرغبة في تجنب هذه المواقف ومحاولة تغيير تصرفاتهم أو مظهرهم. تأثير التركيز هو ميل الفرد إلى الاعتقاد بأن تصرفاته ومظهره تُلاحظ وتُقيم وتُذكر من قبل (Spotlight Effect) الآخرين أكثر مما هي عليه في الواقع، بالإضافة إلى افتراض أن الآخرين يشاركونه نفس تصوّره عن نفسه. أما القلق الاجتماعي فهو الشعور بالقلق المفرط من التقييم السلبي أثناء التفاعل الاجتماعي. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الميل للقلق الاجتماعي وتأثير التركيز بين طلاب برنامج الدراسات المصرفية الإسلامية. استخدمت الدراسة منهجًا كمّيًا للحصول على بيانات موضوعية تسمح بجمع وتحليل المكون من ١٨ بندًا والذي (SAS-S) البيانات بناءً على الأرقام. اعتمد الباحث مقياس القلق الاجتماعي طورته دياء أبو هارومبينا (٢٠٢٣) استنادًا إلى نظرية غريكا ولوبيز (١٩٩٨). كما طور الباحث بنود مقياس استنادًا إلى نظرية غيلوفيتش وآخرون (٢٠٠٠) الخاصة بتأثير التركيز، بمجموع ٣١ بندًا باستخدام مقياس ليكرت. شملت الدراسة ٩١ مستجيبًا من الطلاب النشطين في برنامج الدراسات المصرفية الإسلامية. لاختيار العينة. تم تحليل البيانات باستخدام (Purposive Sampling) تم استخدام تقنية العينة الهادفة تُساوي ٠,٠٠٠ (p) أظهرت نتائج الدراسة قيمة دلالة (Product Moment Pearson) ارتباط بيرسون ، ومعامل ارتباط قدره ٠,٤٠٦ ، مما يعني وجود علاقة بين الميل للقلق الاجتماعي وتأثير (p<٠,٠٥) أو التركيز بين طلاب برنامج الدراسات المصرفية الإسلامية. يشير معامل الارتباط الإيجابي إلى وجود علاقة إيجابية، أي أنه كلما زاد مستوى القلق الاجتماعي، زادت كذلك درجة تأثير التركيز التي يشعر بها الطلاب.

الكلمات المفتاحية: القلق الاجتماعي، تأثير الأضواء، طلاب برنامج دراسة الصيرفة الإسلامية