

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial berkembang secara pesat seiring dengan perkembangan teknologi internet. Media sosial merupakan sarana di internet yang memungkinkan pengguna menggambarkan dirinya maupun berkomunikasi, berbagi, bekerja sama, berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Salah satu produk kecanggihan internet ini, mampu menyediakan berbagai macam layanan dalam bentuk *platform* media sosial. Banyaknya *platform* tersebut membuat penggunaan akses media sosial meningkat cepat. Data dari Kominfo (2013) menyebutkan bahwa mayoritas masyarakat di banyak belahan dunia memiliki akun media sosial. Bahkan diketahui masyarakat Indonesia berada pada tingkat kelima dunia sebagai salah satu pengguna akun media sosial terbanyak (Kominfo,2017). Pernyataan lain dikatakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2015) yang menyatakan bahwa sekitar 75% pengaksesan media sosial dilakukan oleh pengguna internet di Indonesia setiap kali terhubung dengan internet.

Studi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 menyatakan bahwa sebanyak 143,26 juta individu dari 262 juta individu di Indonesia yang menggunakan internet dan dari jumlah tersebut mayoritas adalah kelompok usia remaja 13-18 tahun. Kelompok usia tersebut paling mendominasi dibandingkan kelompok usia lainnya yakni sebesar 87,13% sebagai pengguna

aktif media sosial. Kategori umur yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan RI (2009) menyebutkan jika rentang usia 12-25 tahun termasuk dalam masa remaja.

Remaja di era globalisasi tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Terlihat dari rata-rata pengguna internet di Indonesia memiliki lebih dari satu akun media sosial dengan durasi pengaksesannya sekitar 1-3 jam per hari dilakukan oleh remaja (Kominfo, 2017). Survey lain penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi tahun 2017 oleh Kominfo menyatakan bahwa berdasarkan jenjang pendidikan, pengguna media sosial oleh individu di Indonesia terbesar diduduki oleh jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA), sehingga berdasarkan data-data tersebut dapat dilihat bahwa salah satu kelompok yang memiliki risiko melakukan penggunaan berlebih dari media sosial adalah kelompok remaja dalam jenjang siswa SMA. Hal ini terjadi karena tujuan penggunaan media sosial untuk mempermudah komunikasi, mempererat hubungan antar individu, hingga membantu proses belajar siswa SMA justru lebih banyak dimanfaatkan sebagai wadah mempresentasikan diri.

Presentasi diri atau *self-presentation* dapat diartikan adanya keinginan untuk membuat kesan sempurna dengan melakukan tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan atau bisa dikenal juga dengan *impression management*. Salah satu fitur presentasi diri yang sangat digemari remaja di era ini adalah *platform* media sosial *Instagram*. *Self-presentation* dalam *Instagram* juga dapat dipandang sebagai uji coba terhadap identitas dirinya. Feldman (1995) mengungkapkan bahwa individu

akan mempresentasikan dirinya secara non-verbal maupun verbal terhadap orang lain yang sedang berinteraksi dengannya. Sering kali perhatian individu tertuju pada bagaimana orang akan menilai perilakunya saat berinteraksi dengan orang lain khususnya di dunia maya seperti dalam mengunggah foto maupun cara berkomentar yang baik tidak menyinggung orang lain. Melalui presentasi diri di *Instagram*, kriteria seorang remaja untuk memilih foto atau video yang baik hingga mendapatkan *feed-back* dari individu lain merupakan sebuah keyakinan remaja ingin terlihat baik di hadapan individu lain.

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya mengambil foto atau video, mengaplikasikan *filter* digital untuk mengubah tampilan foto atau video, dan membagikannya pada layanan media sosial tersebut (Azlina. A , 2015). *Instagram* sendiri memiliki konten tidak terbatas. Hampir semua fitur ada di media sosial tersebut seperti unggah foto, video, *snapgram*, kolom komentar, jumlah *like*, hingga jumlah *followers* yang dapat memberikan dampak kepada penggunanya terutama golongan usia remaja. Pernyataan ini dapat ditunjukkan dari penelitian oleh A. Jackson (2017) yang mengatakan bahwa *Instagram* merupakan *platform* media sosial terpopuler kedua dengan 59% penggunanya adalah remaja. Serupa dari data *We Are Social, Hootsuite* (2020) menjelaskan bahwa *Instagram* termasuk dalam lima *platform* media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia dengan presentase 79% setelah *Youtube* 88%, *Whatsapp* 84%, dan *Facebook* sebesar 82%. Pengguna *platform-platform* media sosial *Instagram* mayoritas berusia 16 hingga 64 tahun, sehingga berdasarkan uraian data tersebut, dapat diketahui jika siswa SMA dapat termasuk dalam

golongan usia remaja. Pendapat Erickson (dalam Wulandari 2017) menyatakan bahwa remaja termasuk golongan umur yang masih dalam pencarian identitas diri dan mudah terpengaruh oleh keadaan atau lingkungan sekitar remaja, sehingga rentan terhadap terjadinya gangguan psikososial yang bisa diperoleh dari dampak media sosial.

Media sosial memiliki dampak positif dan negatif terkait aktivitas *online* yang dilakukan individu di media sosial. Uhli (2016) menjelaskan bahwa media sosial memiliki dampak-dampak positif seperti membantu pengguna merasa terhubung dan percaya diri. Penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif yang beberapa tahun terakhir para peneliti mulai mengaitkannya dengan gejala depresi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Brunskill (2013) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang berlebih memicu permasalahan psikologis seperti: rendahnya harga diri, iri hati, serta depresi. Sependapat dengan hal itu, penelitian Othman dan Lee (2017) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada intensitas tertentu yang mengarah pada gejala-gejala depresi. Salah satu *platform* media sosial yang memerlukan perhatian khusus karena dampak negatif tersebut adalah *Instagram*. Studi *Royal Society for Public Health* (2017) menyebutkan bahwa *Instagram* dan *snapchat* menduduki peringkat terburuk untuk kesehatan mental dan kesejahteraan, berdasarkan pada dampak negatif yang diukur yaitu depresi, kecemasan, masalah citra diri, hubungan dunia nyata, kesepian, kualitas tidur, dan *fear of missing out* (FOMO). Depresi merupakan gangguan suasana hati ditandai dengan lima atau lebih gejala spesifik dari daftar sembilan gejala yang dialami dalam jangka waktu dua minggu dan

memperlihatkan perubahan dari fungsi sebelumnya dengan minimal satu gejala yang berkaitan dengan *depressed mood* atau kehilangan minat (*American Psychiatric Association*, 2013). Menurut Kernis dan Goldman (2006) salah satu gejala dari depresi adalah tingkat harga diri yang rendah (*low-self-esteem*). Gangguan harga diri rendah menunjukkan perasaan negatif terhadap diri sendiri, merasa gagal untuk mencapai keinginannya, dan hilang kepercayaan diri (Munith, 2016). Riset yang dilakukan oleh Pelham dan Swann (1989) juga menunjukkan bahwa individu dengan harga diri rendah (*low-self-esteem*) akan mengalami hambatan dalam mempertahankan konsep diri positif, sehingga dapat mengakibatkan depresi.

Sunaryo (2004) menjelaskan *self-esteem* (harga diri) merupakan salah satu komponen *self-concept* yang memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Stuart dan Sudeen (1998) mengemukakan *self-esteem* didefinisikan sebagai penilaian individu terhadap hasil yang ingin dicapai, penilaian tersebut dilakukan dengan cara menelaah sejauh apa perilaku individu tersebut sesuai dengan kriteria ideal dirinya. Individu akan merasa berhasil atau hidupnya memiliki makna jika mendapat pengakuan dan merasa diterima oleh orang lain atau merasa mampu menghadapi kehidupan serta mampu untuk mengontrol dirinya (Sunaryo, 2004). Maslow (dalam Alwiisol, 2002) mengungkapkan jika *self-esteem* merupakan suatu kebutuhan manusia sebagai keperluan dalam pemenuhan atau pemuasan untuk dilanjutkan ke kebutuhan yang tinggi. Maslow membagi kebutuhan *self-esteem* menjadi dua jenis yaitu penghargaan diri dan penghargaan dari orang lain. Pendapat lainnya *self-esteem* adalah penilaian yang dilakukan oleh individu dan

kebiasaan memandang dirinya terutama tentang sikap menerima dan menolak, juga tanda besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuannya, keberartian, kesuksesan dan kebahagiaan yang dapat menciptakan identitas diri (Coopersmith, 2004).

Penggunaan *Instagram* oleh remaja mengindikasikan individu tersebut menciptakan identitasnya sendiri melalui *self-presentation* dengan mengunggah foto atau videonya sendiri maupun melihat foto dan video orang lain serta komentar yang didapatkan. Remaja seolah-olah menjadikan hal-hal tersebut menjadikan tujuan dalam hidup dengan berusaha mendapatkan pengakuan baik dari dalam dirinya maupun pengakuan dari lingkungan luar dengan terus aktif memposting kegiatan individu di *Instagram* dan tentu memperhatikan banyaknya *feedback* dari *like*, *comment*, maupun meningkatnya jumlah *followers* yang akan didapatkan. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap *self-esteem* yang merupakan salah satu faktor pendorong munculnya *self-presentation* sebagai akibat yang berasal dari identitas yang remaja ciptakan sendiri yaitu dapat membentuk *high-self-esteem* atau *low-self-esteem*. Bryron dan Byrne (1994) menyebutkan bahwa harga diri yang termasuk dalam konsep diri merupakan aspek yang sangat penting untuk manusia, sebagian karena manusia sangat memperhatikan berbagai hal tentang diri, termasuk siapa dirinya, seberapa positif atau negatif seorang individu memandang dirinya, bagaimana citra yang ditampilkan pada orang lain, dan lain lain. Golongan usia remaja saat ini banyak yang memikirkan tentang gambaran dirinya sebagai akibat penggunaan media sosial seperti *Instagram*. Remaja bisa kehilangan gambaran diri sebenarnya karena gambaran yang individu tampilkan

di dunia maya memiliki tampilan serta cara berperilaku yang berbeda di dunia nyata (Felita, et. al, 2016). Menurut Davis (2012) hal tersebut dapat mendorong gambaran diri negatif karena remaja tidak menerima dirinya yang sebenarnya.

Miller (2004) menyatakan bahwa *self-esteem* masih dapat di ubah dan diperbaiki. Perbaikan sikap dan tingkah laku tentu bisa membantu untuk meningkatkan *self-esteem*, sehingga pemenuhan kebutuhan harga diri juga penting khususnya pada kaum remaja berkenaan dengan dampak negatif jika tidak memiliki harga diri yang ideal (Sabaruddin, et. al, 2017). Dukungan sangat dibutuhkan baik dari orang tua, teman sebaya maupun lingkungan sekitar serta aktivitas spiritualnya.

Al-Quran sebagai rujukan pertama juga menegaskan tentang kedudukan manusia dengan jelas seperti dalam surah Ali Imran ayat 139 berbunyi :

مُؤْمِنِينَ كُنْتُمْ إِنِ الْأَعْلَوْنَ وَأَنْتُمْ تَحْزَنُونَ وَلَا تَهِنُوا وَلَا

Artinya “Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman”. Ayat ini menerangkan jika kita harus terus percaya diri karena Allah menerangkan jika manusia mempunyai keistimewaan kedudukan di muka bumi.

Data-data dan ayat yang telah disebutkan membuat peneliti ingin mengetahui adanya hubungan antara *self-presentation* pada media sosial *Instagram* dan *self-esteem* remaja. Subjek remaja yang dipilih peneliti yaitu siswa

pada SMA Negeri 1 Purworejo, SMA ini dipilih peneliti dengan alasan penelitian ini belum pernah dilakukan pada siswa SMA Negeri 1 Purworejo. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara *self-presentation* pada media sosial *Instagram* dengan keadaan psikis remaja khususnya mengenai *self-esteem*, sehingga peneliti mendapatkan gambaran dari pengaruh *self-presentation* pada penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan *self-esteem* remaja.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas pada penelitian ini yaitu, apakah ada hubungan antara *self-presentation* pada media sosial *Instagram* dan *self-esteem* remaja di SMA Negeri 1 Purworejo?

C. Tujuan

1. Tujuan Umum

Menganalisis hubungan antara *self-presentation* pada media sosial *Instagram* dan *self-esteem* remaja di SMA Negeri 1 Purworejo.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendapatkan gambaran *self-presentation* pada media sosial *Instagram* remaja SMA Negeri 1 Purworejo.
- b. Mendapatkan gambaran *self-esteem* pada remaja SMA Negeri 1 Purworejo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pandangan dan ilmu pengetahuan tentang kesehatan mental, terutama mengenai hubungan antara *self-presentation* pada media sosial *Instagram* dan *self-esteem* remaja di SMA Negeri 1 Purworejo.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi upaya prevensi dan edukasi terhadap *self-presentation* dan *self-esteem* pada remaja di sekolah terkait maupun lingkungan sekitar.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian yang ditulis oleh penulis dapat dibuktikan dengan adanya penelitian-penelitian sebelumnya antara lain:

Tabel 1 Keaslian Penelitian

No.	Judul dan Penulis	Variabel	Jenis Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Hubungan antara Harga Diri dan <i>Body Image</i> dengan <i>Online Self-Presentation</i> pada Pengguna <i>Instagram</i> (Rozika dan Ramdhani, 2016)	- Harga diri dan <i>body image</i> - <i>Online self-presentation</i>	Deskriptif <i>non experimental</i> dengan pendekatan <i>cross sectional</i> .	Lokasi penelitian Waktu penelitian Variabel penelitian Sampel penelitian	Variabel penelitian yang membahas mengenai pengetahuan harga diri pada pengguna <i>Instagram</i> .
2.	<i>The Effect of Instagram on Self-Esteem and Life Satisfaction</i> (Dion, 2016)	- <i>Instagram</i> - <i>Self esteem an life satizfaction</i>	<i>Eksperimantal pretest dan postest</i>	Metode penelitian Lokasi penelitian Waktu penelitian Variabek penelitian Sampel penelitian Desain penelitian	Variabel penelitian yang membahas mengenai pengetahuan <i>Instagram</i> dan pengaruhnya <i>self-esteem</i> .

No	Judul dan Penulis	Variabel	Jenis Penelitian	Perbedaan	Persamaan
3.	<i>Impact of Problematic Smartphone Use and Instagram Use Intensity on Self-Esteem with University Students from Physical Education (Rodriguez et al, 2020)</i>	- <i>Smarphone use and Instagram use intensity</i> - <i>Self-esteem</i>	Deskriptif <i>non eksperimental</i> dengan pendekatan <i>cross sectional</i>	Instrumen penelitian Lokasi penelitian Waktu penelitian Variabel penelitian Sampel penelitian	Variabel penelitian yang membahas mengenai dampak instensitas penggunaan <i>Instagram</i> dengan <i>self-esteem</i> .