

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman telah mendorong perkembangan dalam segala bidang kehidupan, salah satunya adalah IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi). Manfaat kemajuan IPTEK yaitu mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Salah satu contoh dari perkembangan IPTEK adalah penggunaan jaringan internet pada era *modern* ini. Jaringan internet adalah sebuah media yang digunakan untuk mengefisienkan proses komunikasi yang disambungkan dengan berbagai aplikasi, seperti *Web*, *VoIP*, *E-mail* (Purbo, 2006). Perkembangan internet di Indonesia diperkenalkan pada tahun 1983 oleh Joseph F.P Luhukay. Ia membangun jaringan internet internal di Universitas Indonesia dengan nama UIInet (Merdeka.com, 2019). Beberapa tahun kemudian, jaringan internet di Indonesia telah mengembangkan internet *provider* sendiri yang komersil dengan banyaknya perusahaan yang menyediakan layanan internet untuk diakses penggunanya. Hingga saat ini, perkembangan internet di Indonesia maupun di dunia terus berkembang, mulai dari penggunaan jaringan nirkabel, penggunaan jaringan internet pada *smartphone*, hingga peningkatan kecepatan akses data pada jaringan internet (Merdeka.com, 2019).

Penggunaan internet dapat menjadi candu bagi penggunanya, apapun dapat diakses di internet sehingga banyak pengguna tanpa sadar telah menghabiskan banyak waktu dalam menggunakannya. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data terbaru dari laporan tahunan digital Indonesia pada tahun 2020 yang dihimpun *Hootsuite* dan *We Are Social* yang menyatakan bahwa penduduk Indonesia berusia 16-64 tahun menggunakan internet dalam sehari rata-rata mencapai 7 jam 59 menit. Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,3 juta atau 64% dari total penduduk

Indonesia. Mayoritas pengguna tersebut menggunakan ponsel yaitu sebanyak 171 juta atau 98% dari pengguna internet Indonesia. Media sosial menempati urutan kedua dengan rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu sebanyak 3 jam 26 menit dengan peringkat ke-8 paling lama menggunakan internet di dunia. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial adalah konten nomor dua yang paling sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Media sosial merupakan sarana internet yang digunakan untuk menampilkan diri, berkomunikasi, bekerjasama, dan berbagi informasi dengan sesama pengguna serta membentuk interaksi sosial secara virtual (Nasrullah, 2015 dalam Sakti & Yulianto, 2013). Jangkauan informasi yang luas dan cepat di media sosial membuat pengguna lebih mudah untuk mengeksplorasi segala bentuk kegiatan atau kondisi yang ada kepada orang lain dari jarak jauh (Putra, 2018).

Menurut laporan tahunan terbaru digital Indonesia pada tahun 2020 yang dihimpun *Hootsuite* dan *We Are Social*, persentase pengguna yang mengakses media sosial *Youtube* mencapai 88% *WhatsApp* sebesar 84%, *Facebook* sebesar 82%, dan *Instagram* sebesar 79%. Total pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia. Sebanyak 99% pengguna media sosial mengakses melalui ponsel. Salah satu media sosial yang paling sering diakses oleh remaja adalah *instagram*. Terdapat data pendukung penggunaan media sosial *instagram* di Indonesia menurut data terbaru pada bulan Januari 2020 oleh perusahaan media sosial *NapoleonCat* yang menyatakan terdapat 62 juta pengguna *instagram* di Indonesia pada Januari 2020 yang merupakan 22,7% dari seluruh populasi. Mayoritas dari mereka adalah wanita (51%). Orang berusia 18 hingga 24 adalah kelompok pengguna terbesar sebanyak 23 juta. Berdasarkan rentang umur, terlihat bahwa *instagram* menjadi media sosial populer yang banyak diakses oleh para remaja akhir hingga orang dewasa. Masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa awal yang dimulai pada usia kira-kira 10 sampai 12 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 21 tahun (Santrock, 2012).

Penggunaan medial sosial *instagram* yang populer dikalangan remaja menimbulkan beberapa dampak negatif. Terdapat artikel berita *online* dan penelitian terdahulu yang mengemukakan dampak dari penggunaan media sosial *instagram*

pada kalangan remaja. Artikel berita CNN Indonesia berjudul "Studi: Sosial Media yang Paling Buruk untuk Kesehatan Mental", menyatakan bahwa *instagram* adalah media sosial yang memiliki efek negatif terbanyak terhadap kesehatan mental seperti kecemasan, depresi, kesepian, bullying, dan FoMo (*Fear of Missing Out*) dari hasil penelitian *The Royal Society for Public Health (RSPH)* dan *Charity Young Health Movement* (2017) pada 1500 remaja berusia 14-24 tahun (Setyanti, 2017).

Artikel berita online detik.com berjudul "Tak Hanya Facebook, Instagram Juga Bisa Pengaruhi Psikis Seseorang" menjelaskan bahwa mengunggah foto, mendapatkan "likes" dan komentar dari orang lain berperan penting dalam mendorong efek *self esteem* (Caralina Toma dalam Sukmasari, 2013). *Self esteem* rendah disebabkan karena terdapat komentar-komentar negatif yang diperoleh dari penilaian pengikutnya (*followers*) pada unggahan *instagram* mereka (Ananda, 2020). Penelitian oleh Pantic (2014) menunjukkan bahwa semakin banyak waktu yang dihabiskan individu di media sosial, maka semakin besar mereka untuk melaporkan gejala negatif seperti depresi atau *self esteem* rendah (Pantic, 2014). Berdasarkan penelitian dan artikel berita online yang telah dijabarkan, mengemukakan fenomena dampak negatif penggunaan *instagram* terhadap kesehatan mental dan dapat mempengaruhi *self esteem* mereka.

Self esteem merupakan penilaian positif atau negatif secara menyeluruh terhadap diri sendiri dari hasil evaluasi diri atau yang disebut sebagai *global self esteem* (Rosenberg, 1965). Tafarodi & Swann (2001) mengemukakan bahwa *global self esteem* dilihat dari dua dimensi yang saling berkaitan yaitu *self liking* dan *self-competence* pada penilaian diri. Rosenberg (1965) membagi harga diri kedalam dua tingkatan, yaitu *self esteem* rendah dan *self esteem* tinggi. Hasil studi Robin, dkk., (2002, dalam Santrock, 2016) mengungkapkan *self esteem* menurun pada masa remaja, meningkat pada usia dua puluhan, meningkat pada usia tiga puluhan, meningkat pada tahun empat puluhan hingga pertengahan tahun enam puluhan, dan kemudian menurun pada tahun tujuh puluhan dan delapan puluhan (Robin, dkk, 2002). *Self esteem* yang rendah pada remaja, dapat membuat remaja menjadi tidak realistis, pesimis dan menimbulkan masa lalu yang buruk (Taylor, dkk, 2012 dalam

Mafazi & Nuqul, 2017). Remaja dengan *self esteem* rendah akan mengalami kesulitan dalam menampilkan perilaku sosial, merasa inferior dan canggung (Sabaruddin, Dilla & Saidin, 2017).

Delamater, Myers & Collet (2015) menyebutkan bahwa *social comparison* adalah salah satu dari tiga faktor utama yang mempengaruhi *self esteem*. Perasaan kompetensi atau nilai yang diperoleh dari kinerja bergantung pada *social comparison* yang dilakukan saat mengevaluasi diri (Delamater, Myers & Collet, 2015). Penelitian Flynn (2003) mengatakan bahwa individu cenderung mengevaluasi diri dengan melakukan *social comparison* dan melakukan penilaian terhadap *self esteem* yang dapat menghasilkan evaluasi diri negatif atau positif. *Social comparison* cenderung lebih sering dilakukan oleh remaja dalam mengevaluasi dirinya dan dapat menimbulkan rasa tidak puas pada diri (Rubble, dkk, 2007 dalam Sari & Suarya, 2018). Hal ini karena remaja berada pada tahap pemikiran operasional formal yang penuh dengan idealisme dan kemungkinan (Piaget dalam Santrock, 2016). Remaja mulai terlibat dalam spekulasi panjang tentang karakteristik ideal tentang kualitas yang mereka inginkan dalam diri mereka sendiri dan orang lain. Pikiran seperti itu sering membuat remaja membandingkan diri mereka sendiri dan lainnya sehubungan dengan standar ideal tersebut. Melalui *peer group*, remaja membandingkan apakah yang mereka lakukan itu lebih baik atau lebih buruk dari apa yang remaja lain lakukan (Santrock, 2016). Dalam proses validasi diri melalui *social comparison*, remaja lebih cenderung jatuh ke dalam bias konten media sosial yang dapat mempengaruhi *self esteem* mereka yang bergantung pada persetujuan orang lain (Stapleton, Luiz & Chatwin, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa fenomena *social comparison* sering dilakukan oleh remaja.

Social comparison merupakan proses perilaku saling mempengaruhi dan saling bersaing dalam interaksi sosial yang ditimbulkan karena adanya kebutuhan untuk menilai diri individu sendiri (*self-evaluation*) dan kebutuhan ini dapat dipenuhi dengan membandingkan diri dengan orang lain ketika tolak-ukur objektif tidak tersedia dalam mengevaluasi diri secara akurat (Festinger, 1954). Prinsip utama teori *social comparison* adalah individu membandingkan diri mereka dengan orang lain

ketika mereka tidak pasti tentang pendapat dan kemampuan mereka (Festinger, 1954). Individu cenderung untuk membandingkan diri mereka dengan individu lain yang serupa dengan dirinya, maka evaluasi dapat lebih tepat mengenai opini maupun kemampuan yang dimilikinya (Festinger, 1954).

Media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berbagi dan meninjau informasi pribadi yang kaya dari pembaharuan harian dan dengan demikian menyediakan bahan yang cukup untuk melakukan *social comparsion* (Yang & Robinson, 2018). Media sosial berbasis gambar, khususnya *instagram*, memberikan banyak peluang bagi individu untuk terlibat dalam *social comparsion*, sebagaimana maraknya gambar yang dibuat dengan cermat dan sangat diedit dan disempurnakan (Trifiro, 2018). Media sosial *instagram* memungkinkan orang biasa untuk mengikuti sosok terkenal dan merefleksikan diri sendiri bahwa kehidupan mereka tidak sempurna yang orang lain posting di *instagram*. Hal ini membuat orang lain membandingkan dirinya dengan figur "sempurna" yang mereka lihat di media sosial (Treitel, 2020). Dengan mengirim foto atau video di *instagram*, individu dapat menilai dirinya sendiri atau dinilai oleh orang lain (Simatupang, 2015).

Self esteem remaja menurun saat mereka membandingkan diri dengan *peer groupnya* ataupun orang lain terhadap postingan yang diunggah di *instagram* dianggap lebih baik dari postingannya pada kemampuan yang diperlihatkan ataupun ketika mereka mendapatkan penilaian sosial dari *peer groupnya* yang tidak sesuai dengan pendapat mereka terhadap diri sendiri (Putra, 2018). Adapun berita online goriau.com berjudul "Pentingnya untuk Rehat Sejenak dari *Instagram*" menjelaskan bahwa pengguna *instagram* cenderung membandingkan kehidupannya dengan orang lain, mereka akan melihat bahwa kehidupannya tidak lebih baik dari kehidupan orang yang diikutinya di *instagram* yang dapat menyebabkan menurunnya *self esteem* (Ananda, 2020). Diketahui bahwa *self esteem* yang rendah disebabkan oleh adanya *social comparison* yang dilakukan pengguna *instagram*. Lee (2014) menyatakan dalam penelitiannya bahwa popularitas situs media sosial, membuat banyak orang memperoleh atau terpapar informasi orang lain di situs media sosial yang

menyiratkan bahwa orang cenderung sering terlibat dalam perilaku *social comparison* di media sosial.

Menurut Lee (2014) mengekspos atau membandingkan apa yang dipresentasikan oleh orang lain di media sosial dapat mempengaruhi tingkat *self-esteem* seorang remaja berdasarkan evaluasi diri yang mereka lakukan. Pada umumnya remaja menjadikan *peer group*-nya sebagai acuan saat mengevaluasi diri dalam hal kemampuan dan pendapat sebagai objek *social comparison* (Lee, 2014). Hal ini sejalan dalam artikel berita *online* tahun 2018 berjudul “Remaja Hobi Membandingkan Diri dengan Orang Lain di Medsos, Orang Tua Harus Waspada” yang berisi tentang beberapa pendapat psikolog bahwa pada era digital para remaja bisa dengan mudah memantau aktivitas teman-temannya melalui media sosial dan membandingkan diri sendiri dengan orang lain (Yuriantin, 2018).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan hubungan *social comparison* terhadap *self esteem* pada media sosial. Hasil penelitian Krasnova, Wenninger & Buxmann (2013) menunjukkan bahwa melihat orang lain yang lebih kaya, sukses, dan bahagia di media sosial dapat mendorong perilaku *social comparison* dan menyebabkan *self esteem* menurun. Penelitian yang dilakukan Lee (2014) menemukan hubungan negatif antara *self esteem* dan frekuensi *social comparison* di *facebook* yang berarti bahwa semakin tinggi frekuensi *social comparison* yang dilakukan seseorang di media sosial membuat *self esteem* mereka turun. Hal ini sejalan dengan penelitian Vogel dkk. (2015) menemukan bahwa orang yang memiliki orientasi *social comparison* yang tinggi ketika menggunakan media sosial, akan berdampak pada rendahnya tingkat *self esteem* yang bersangkutan. Selain itu, hasil penelitian Alfasi (2019) menunjukkan bahwa efek melihat paparan dari konten pada media sosial dapat membangkitkan *social comparison* yang tidak realistis dan mempengaruhi tingkat *self esteem* yang mengarah pada depresi. Hasil penelitian oleh Appel & Crusius (2015) menunjukkan bahwa *social comparison* yang dilakukan di *facebook* dikaitkan dengan harga diri rendah yang menimbulkan perasaan inferioritas dan memainkan peran penting dalam peningkatan kecemburuan individu yang depresi.

Dari penjabaran latar belakang yang telah diuraikan diatas, kecenderungan membandingkan diri sendiri dengan orang lain melalui media sosial yang berkembang pesat pada era modern saat ini dapat menurunkan *self esteem* yang dimiliki individu. Penelitian terdahulu mengenai hubungan *social comparison* dan *self esteem* banyak ditemukan pada media sosial *facebook*. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh *social comparison* terhadap *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara *social comparison* terhadap *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram*?
2. Bagaimana gambaran *social comparison* dan *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram*?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* terhadap *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram*?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas. Penulis membatasi penelitian ini difokuskan mengenai pengaruh *social comparison* terhadap *self esteem* melalui media sosial *instagram* pada remaja akhir.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diketahui diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* terhadap *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram* ?.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social comparison* terhadap *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumbangan teoritis di bidang psikologi mengenai *social comparison* dan *self esteem* melalui media sosial *instagram*. Selain itu dapat menjadi sumbangan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin yang meneliti dengan topik *social comparison* dan *self esteem* pada media sosial.

1.6.2 Manfaat Praktis

- Bagi pembaca dapat menambah informasi mengenai *social comparison* yang dilakukan melalui media sosial *instagram* dan tentang *self esteem*.
- Bagi remaja dapat memberikan gambaran tentang *social comparison* melalui media sosial, khususnya di *instagram* dan dapat dapat lebih bijak ketika melakukan *social comparison* dari media sosial dalam mengevaluasi diri terhadap *self esteem*.
- Bagi peneliti dapat bermanfaat untuk memperkaya wawasan dan menambah pengetahuan mendalam mengenai *social comparison* dan *self esteem* pada remaja akhir pengguna media sosial *instagram*.