

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis internet yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke orang lain tanpa harus bertemu. Informasi yang disajikan lewat *instagram* tidak terkesan kaku dan monoton membuat pengguna merasa nyaman. *Instagram* sendiri didirikan oleh *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger* pada tanggal 6 Oktober 2010. Kenyamanan yang ditawarkan melahirkan kesan yang positif bagi para penggunanya. Menurut Febyantari (2019), *instagram* adalah media sosial yang sedang populer di kalangan mahasiswa untuk memberikan informasi tentang hal pribadi kepada orang lain. Berdasarkan data dari Suara.com (2019), yang diunggah tanggal 19 Juni 2019, bahwa Indonesia merupakan pengguna aktif *instagram* ke empat terbesar sedunia dengan total 56 juta orang atau 20,97 persen dari total populasi setelah India. Rata-rata pengguna *instagram* berada di rentang umur 18 tahun hingga 24 tahun baik pria maupun wanita. Hal ini menggambarkan bahwa pengguna *instagram* rata-rata sedang menempuh perguruan tinggi atau mahasiswa.

Mahasiswa merupakan individu yang menempuh pendidikan formal dengan jurusan yang spesifik yang memiliki umur di kisaran 18 tahun ke atas. Pernyataan ini diperkuat dengan pendapat dari Mailanto (Sagiyanto & Ardiyanti, 2018), bahwa *Development Lead Instagram* Paul Webster mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan negara pengguna *instagram* terbanyak dengan persentase 89% berusia 18-24 tahun dan mengakses *instagram* minimal seminggu sekali. Menurut Febyantari (2019), bahwa kebanyakan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas

Muhammadiyah Jember sering menggunakan fitur *instagram* (*instastory*) untuk membagikan hampir setiap kegiatan perkuliahannya dan terkadang mengungkapkan permasalahan pribadinya sehingga banyak orang tahu tentang masalah yang sedang dihadapi.

Keberadaan mahasiswa dalam penggunaan *instagram* memang sudah tidak diragukan lagi. Sejalan dengan pendapat dari Drakel et al. (2018), bahwa mahasiswa sering menggunakan *platform online (instagram)* untuk mempermudah komunikasi dua arah antar individu dan membagikan berbagai informasi hingga mencari informasi terbaru. Setiap informasi yang diberikan mahasiswa pasti berkaitan tentang masalah pribadi yang sedang dihadapi ataupun kejadian menarik. Menurut Satrio & Budiani (2018), bahwa mahasiswa lebih gemar membagikan setiap permasalahan yang dihadapi melalui *instagram* ketimbang menceritakan secara langsung kepada orang terdekat mereka, hal ini dikarenakan *instagram* dapat mewakili perasaan dihadapi.

Hal ini pun dialami oleh mahasiswa di Universitas "X" yang aktif menggunakan *instagram*. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti selama 21 hari kepada 30 mahasiswa aktif Universitas "X" ditemukan bahwa rata-rata mahasiswa mengunggah di *instagram* 2 hingga 6 kali sehari. Unggahan yang sering ditampilkan di *instagram* kebanyakan terkait permasalahan dan kegiatan pribadi seperti perkuliahan dan konflik pribadi, namun mahasiswa jarang mengunggah permasalahan dengan keluarga. Unggahan mahasiswa di *instastory* sering menyajikan permasalahan dalam bentuk kata-kata atau *background Instastory* yang sesuai dengan keinginan. Menurut Hasan (2016), melakukan survei awal dalam penelitian terhadap mahasiswa psikologi Univeristas Islam Indonesia di dapat bahwa terdapat 91,14% mahasiswa menggunakan *instagram* untuk mengungkapkan segala aktivitas dan perasaannya di media sosial *instagram*.

Penyajian yang dipublikasikan kepada orang lain melalui *instagram* akan terlihat lebih menarik dengan berbagai fitur filter yang memberikan kesan estetika yang bagus. Menurut Satrio & Budiani (2018), bahwa fitur filter digunakan untuk mempercantik foto berkualitas kurang baik diubah menjadi tampilan foto yang menarik dan dapat

memuaskan pengguna. Kehadiran fitur filter diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh orang yang tidak terlalu pandai dalam mengekspresikan secara langsung ke orang lain. Filter dihadirkan *instagram* dikemas dengan sangat menarik dan selalu *up to date* yang membuat pengguna tidak merasa bosan. Survei yang dilakukan oleh *Taylor Nelson Softes* (Johana et al., 2020), bahwa *instagram* kini semakin digemari oleh kalangan mahasiswi dengan persentase 63% berbanding jauh dengan mahasiswa sebesar 37%.

Instagram kini telah berkembang menjadi tempat bagi setiap orang tanpa sungkan membagikan kegiatan sehari-hari, informasi, hingga mencurahkan segala pemikiran dan perasaan mereka. Tidak hanya itu, kini *instagram* digunakan oleh beberapa orang untuk menyampaikan berbagai cerita inspiratif dan informasi terkait keagamaan (dakwah). Hal ini yang membuat pengguna *instagram* lebih fleksibel ketimbang ketika awal kemunculannya yang hanya digunakan sebagai *platform* yang untuk membagikan foto kegiatan sehari-hari. Sejalan dengan pendapat dari Daryanti & Ashshiddiqi (2019), bahwa kini *instagram* tidak hanya digunakan untuk membagikan foto, dan video tapi sebagai media dakwah keagamaan. Hal ini pun membuat keberadaan *instagram* telah banyak perubahan dari waktu ke waktu.

Mahasiswa yang kegiatan sehari-harinya tidak lepas dari *smartphone* mengindikasikan bahwa mereka selalu *update* akan *platform* media sosial terutama *instagram*. Rata-rata mahasiswa menghabiskan waktu luang dengan menggunakan *instagram* untuk mengunggah setiap kejadian yang dia alami kepada orang lain baik positif maupun negatif. Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswa lebih tertarik untuk mengungkapkan diri mereka melalui *instagram*. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Muktiyo (2019), terhadap komunitas mahasiswa terkait keterbukaan diri di media sosial bahwa terdapat korelasi sedang yang menandakan adanya pembagian informasi terkait ide-ide atau pemikiran dan kesenangan mereka terhadap suatu hal. Menurut Satrio & Budiani (2018), bahwa kini sebagian orang lebih nyaman untuk mengungkapkan diri di *instagram* ketimbang harus menyampaikan secara langsung, dikarenakan pengguna dimanjakan dengan fitur yang memudahkan

mengungkapkan hal yang sulit diungkapkan secara langsung. Hal ini selaras dengan hasil observasi dari Muhammad (2019), terhadap mahasiswa di Universitas Teknologi Sumbawa *non-sistematis* bahwa terdapat mahasiswa yang mampu mengekspresikan keluhan pribadinya melalui *instagram* sehingga mendapat perhatian dari pengguna akun yang lain.

Menurut Febyantari (2019), bahwa mahasiswa kini lebih aktif menggunakan *instagram* hanya untuk sekedar memberikan informasi yang sedang dihadapinya dengan langsung mengunggahnya di *instastory* seperti jenuh akan tugas kuliah atau jenuh menunggu kepastian dosen. Pada dasarnya, manusia ingin mengungkapkan setiap pengalaman yang pernah dialami ke orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardika & Farida (2019), bahwa seorang pengguna aktif *instagram* merasa terpuaskan dan nyaman ketika kebutuhan pengungkapan diri dilakukan menggunakan fitur *instastory*. Menurut Ananda (2019), bahwa 90% pengguna *instagram* menggunakan *instastory* untuk membagikan informasi tentang dirinya mengenai aktivitas yang sedang dilakukan hingga curahan hati yang bersifat pribadi. Fenomena ini pun mengindikasikan bahwa pengungkapan diri pada mahasiswa cukup tinggi dalam penggunaan *instagram* sebagai media komunikasi dengan orang lain.

Pengungkapan diri atau *self-disclosure* adalah proses penyampaian informasi kepada orang lain terkait diri yang bersifat rahasia seperti identitas diri, perasaan, pikiran/gagasan, dan lainnya (Sari & Muktiyo, 2019). Menurut Sari & Muktiyo (2019), bahwa keterbukaan diri penting dalam proses ketika dalam situasi bertemu dengan orang baru atau berkenalan. Menurut Tokoh Wheelless & Grotz (1976), bahwa pengungkapan diri adalah sebuah komunikasi yang terjalin antar individu yang menimbulkan rasa percaya dengan individu lain mengenai pengalaman pribadi atau hal yang bersifat pribadi, hal ini dilakukan untuk dapat terjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sosial bermasyarakat. Menurut Jourard dan Lakasow (Akbar & Faryansyah, 2018), bahwa pengungkapan diri atau *self-disclosure* adalah sebuah upaya

yang dilakukan oleh individu dalam menyampaikan informasi tentang diri kepada orang lain dengan sadar.

Penting bagi individu dalam menjalin komunikasi dengan lingkungan sosial dengan cara pengungkapan diri. Dengan hadirnya *instagram* memudahkan seseorang untuk dapat mengekspresikan diri tanpa harus bertemu dengan orang lain. Hal ini pun memberikan dampak positif dalam segi menghemat waktu, namun disisi lain memiliki dampak buruk bagi individu tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahardika & Farida (2019), bahwa seseorang menggunakan *instagram* terkadang hanya sebagai pelampiasan permasalahan yang terjadi dalam hidupnya, namun beberapa orang menggunakan *instagram* hanya untuk menjadi diri orang lain atau sekedar pencitraan hingga terkadang menutupi kondisi sebenarnya (tidak jujur). Selaras dengan pendapat dari Hayumi (Mahardika & Farida, 2019), bahwa penggunaan *instagram* digunakan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dalam bentuk apapun bagi setiap orang.

Dengan meningkatnya perasaan pengungkapan diri di *instagram*, dikhawatirkan mahasiswa tidak dapat menyaring informasi pribadi yang bukan menjadi konsumsi publik. Pada dasarnya, setiap individu memiliki rahasia pribadi yang tidak seharusnya diketahui oleh orang lain. Hal ini dilakukan untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan seperti yang dialami beberapa artis terkenal yang melakukan *polling* terkait upaya ingin melakukan bunuh diri melalui *instastory*. Kejadian ini dilakukan dengan alasan pelaku mengalami permasalahan dalam lingkungan sosial dan merasa tidak ada orang lain yang dapat mendengarkan curahan hatinya. Hal ini pun membuat perlunya penengah dalam membatasi informasi-informasi pribadi untuk memberikan rasa tenang dan nyaman. Menurut pendapat dari Ratcliff et al. (2017), bahwa media sosial seperti *instagram* seharusnya digunakan untuk menyampaikan sesuatu hal yang bermakna bagi orang lain maupun pemilik akun karena penting mempertimbangkan segala tindakan dalam unggahan di sosial media *instagram*. Hal ini mengindikasikan bahwa pemilik akun harus lebih bijaksana dalam menggunakan *instagram*.

Pengguna *instagram* yang rata-rata masih masuk fase remaja akhir hingga dewasa awal membutuhkan pembatasan dalam bertindak. Fase ini biasa disebut masa peralihan dari remaja menuju dewasa terkadang individu dituntut untuk dapat bertanggung jawab dan menerima peran sebagai orang dewasa (Laura, 2010). Dalam bertindak harus dipertimbangkan sebab dan akibatnya agar tidak terjadi kesalahpahaman. Menurut Vitell dan Paolillo (Ratcliff et al., 2017), bahwa seseorang yang religius pasti memiliki keyakinan dan nilai dalam menjalankan kehidupan. Hal ini mendasari bahwa penting bagi pengguna media sosial untuk tetap mengutamakan norma dan nilai agama. Pada dasarnya, agama merupakan pedoman dan petunjuk bagi manusia dalam kehidupan.

Menurut Hamidah (2020), bahwa religiusitas penting dalam mengontrol setiap perilaku, pikiran, dan tindakan yang sesuai dengan syariat agama. Penting bagi individu untuk memperhatikan peran keagamaan dalam mengunggah *instagram story* (*instastory*). Meskipun pada dasarnya aturan agama tidak tertulis dan tidak dibukukan dalam undang-undang pemerintah, namun tetap aturan keagamaan yang paling utama. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal et al. (2019), bahwa religiusitas seseorang akan berada ditaraf sedang dan baik apabila perilaku pengguna media sosial tetap mengutamakan aturan-aturan keagamaan dalam unggahan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ratcliff et al. (2017), menggambarkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi lebih menggunakan media sosial (*instagram*) untuk mencari informasi tentang keagamaan ketimbang harus mencari hal-hal yang berbau teknologi, sebaliknya apabila tingkat religiusitas rendah maka individu akan lebih tertarik mencari hal-hal berbau teknologi daripada keagamaan.

Menurut Glock & Stark (1970), bahwa religiusitas adalah komitmen seseorang terhadap nilai, praktik dan perilaku keagamaan yang di aplikasi dalam kehidupan sosial masyarakat. Religiusitas adalah gambaran mengenai intensitas individu dalam melaksanakan kewajiban beragama, ciri khas dalam melaksanakan perintah agama, kebermaknaan agama bagi individu dan pentingnya agama bagi individu (Huber & Huber, 2012). Menurut Fetzer (Laili, 2018), religiusitas merupakan stimulus-stimulus yang berasal dari sebuah aliran agama atau golongan tertentu yang memusatkan pada

masalah perilaku dan sosial. Terdapat faktor yang memengaruhi religiusitas seseorang, yaitu : faktor Internal, faktor eksternal, faktor fanatisme, dan faktor ketaatan. Menurut Ancok (Amelia et al., 2018), bahwa religiusitas adalah keberagaman yang diwujudkan dalam berbagai kehidupan manusia, baik menyangkut perilaku ritual (beribadah) atau aktivitas lain dalam kehidupannya (yang diwarnai dengan nuansa agama), baik yang nampak dan dapat dilihat oleh mata atau yang tidak tampak (terjadi di dalam hati manusia).

Menurut Huber & Huber (2012), bahwa terdapat lima dimensi yang memengaruhi religiusitas seseorang, yaitu *intellectual* (intelektual), *ideology* (ideologi), *public practice* (praktik publik), *private practice* (praktik khusus), dan *religious experience* (pengalaman religius). Penelitian yang dilakukan oleh (Baazeem et al., 2018), mengenai religiusitas terhadap privasi di media sosial menggunakan model Keterbukaan diri, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa semakin rendah tingkat religiusitas orang maka semakin terbuka info pribadi di media sosial dan sebaliknya semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka keterbukaan diri akan info pribadi akan semakin rendah.

Berdasarkan pemaparan fenomena dan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, peneliti pun tertarik untuk mengetahui bagaimana hubungan religiusitas dengan pengungkapan diri di *instagram* pada mahasiswa. Peneliti pun merasa bahwa kini mahasiswa pengguna *instagram* semakin aktif dalam penggunaan *instagram*.

1.2. Identifikasi Masalah

Pada latar Belakang dapat diidentifikasi bahwa terdapat beberapa masalah yaitu :

- a. Bagaimana gambaran terkait religiusitas mahasiswa?
- b. Bagaimana gambaran terkait pengungkapan diri di *instagram* pada mahasiswa?
- c. Apakah terdapat hubungan antara religiusitas dengan pengungkapan diri mahasiswa di *instagram* pada mahasiswa di Universitas "X" ?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian ini akan dibatasi pada masalah Apakah terdapat hubungan antara religiusitas dengan pengungkapan diri di *instagram* pada mahasiswa universitas “X”.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara religiusitas dengan pengungkapan diri di *instagram* pada mahasiswa di Universitas “X””.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara religiusitas dengan pengungkapan diri di *instagram* pada mahasiswa Universitas “X”.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah untuk :

- a. Sebagai menambahkan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa dalam mengetahui fenomena khususnya psikologi yang terjadi dimasyarakat.
- b. Dapat menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu psikologi di Indonesia.
- c. Memberikan referensi atau data tambahan bagi peneliti yang ingin membahas fenomena dan masalah terkait.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dalam penelitian ini adalah untuk :

- a. Memberikan wawasan tambahan kepada mahasiswa, orang tua, dan masyarakat terkait pengungkapan diri di *instagram* agar tetap bijak dan mengutamakan nilai – nilai keagamaan.

- b. Memberikan pemahaman kepada pengguna *instagram* bahwa penting tetap mengutamakan nilai-nilai agama dalam pengungkapan diri mengenai hal-hal pribadi.

