

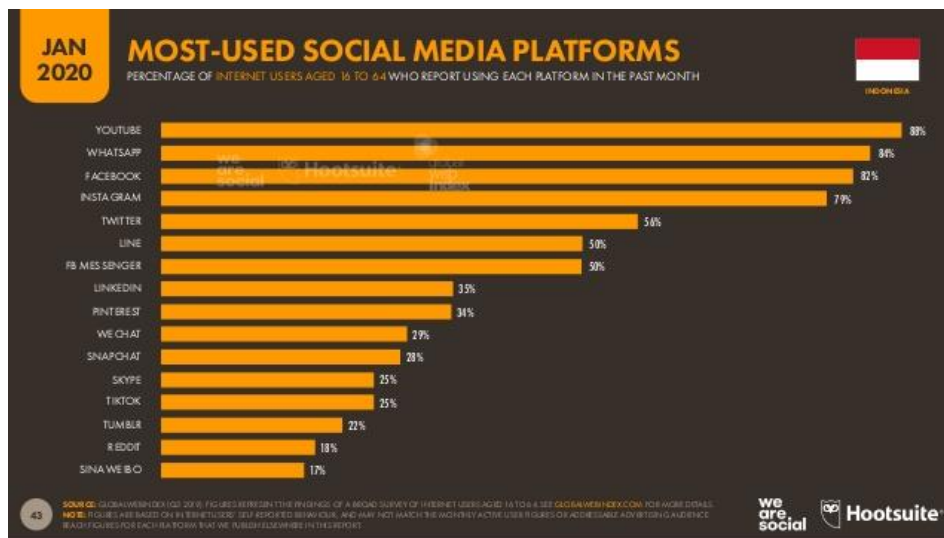
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan alat komunikasi yang menarik siapa saja untuk berpartisipasi dengan memberi komentar atau berbagi informasi dalam waktu cepat dan tidak terbatas yang memiliki pengaruh dalam kehidupan seseorang yang awalnya kecil dapat menjadi besar begitupun sebaliknya (Putri, Nurwati, & Budiarti, 2016). Kehadiran media sosial beberapa tahun terakhir telah merubah perilaku masyarakat yang menggunakannya, kini banyak individu yang tidak bisa hidup tanpa beraktivitas di media sosial. Media sosial dianggap berjasa dalam pertukaran komunikasi, mencari teman bahkan jodoh sekalipun. Menurut Ethan Kross, ketua studi Psikolog *University of Michigan* mengatakan media sosial telah menjadi sarana dalam pemenuhan kebutuhan interaksi sesama (dalam Juditha, 2014). Pertumbuhan media sosial tidak terlepas dari pengguna aktif yang menggunakan *smartphone*, disamping itu, perilaku masyarakat yang senang bersosialisasi ikut menyuburkan penggunaan media sosial (Juditha, 2014).

We Are Social (2020) melaporkan bahwa terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dan terdapat 160,0 juta pengguna media sosial di Indonesia per Januari tahun 2020, angka tersebut meningkat sebesar 12 juta (+8,1%) pengguna antara bulan April 2019 dan Januari 2020 (dataportal.com, 2020). Berdasarkan hasil laporan tersebut ditemukan persentase tertinggi dari pengguna media sosial pada usia 18-34 tahun dengan persentase sebesar 65,7%. *We Are Social* (2020) juga melaporkan hasil survei media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia sebagai berikut (Gambar 1.1).



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia (Menurut We Are Social, 2020).

Dari hasil laporan data statistik di atas menunjukkan bahwa media sosial yang saat ini paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia selain youtube, whatsapp, dan facebook adalah instagram. Instagram merupakan sebuah media sosial yang dapat memperlihatkan foto ataupun video dan memungkinkan penggunanya untuk memberikan sentuhan artistik pada foto atau video yang akan diunggah (Golbeck, 2015) selain itu, pengguna juga dapat memberikan *likes*, komentar, ataupun menggunakan *filter* untuk edit foto yang terdapat dalam aplikasi instagram. Pengguna yang paling banyak mengakses aplikasi instagram adalah remaja dengan persentase sebesar 30% (dataportal.com, 2020).

Remaja merupakan transisi perkembangan dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang melibatkan perubahan fisik, kognitif, emosional, sosial, dan mengambil berbagai bentuk dalam lingkungan, budaya, dan ekonomi yang berbeda (Papalia, Olds, & Feldman, 2009) dengan rentang usia yang terbagi dalam tiga tahapan yaitu masa remaja awal dengan rentang usia 10-13 tahun, masa remaja tengah dengan rentang usia 14-17 tahun dan masa remaja akhir dengan rentang usia 18-21 tahun (Steinberg, 2017). Masa remaja seharusnya sudah memiliki kemampuan untuk kontrol diri serta bijak dalam berperilaku, khususnya dalam bermain media sosial.

Hasil riset yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia (2014) menunjukkan bahwa remaja memiliki tiga motivasi

utama untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, untuk terhubung dengan teman, dan mencari hiburan. Pencarian informasi yang dilakukan sering didorong oleh tugas-tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi. Media sosial dirasa memiliki pengaruh yang besar bagi remaja dalam menggunakan internet dilihat dari laporan *We Are Social* terdapat 160,0 juta pengguna media sosial yang 30% penggunanya adalah remaja dan media sosial yang paling sering dikunjungi dengan persentase yang cukup tinggi ialah Instagram. Mulyani, Mikarsa, Puspitawati (2018) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa aktivitas yang sering dilakukan remaja saat menggunakan instagram adalah untuk mengeksplorasi berbagai foto atau video yang berkaitan dengan hobi atau kesukaan kemudian diikuti dengan melihat unggahan *instastory* pengguna lain. Aktivitas lain yang sering dilakukan remaja ialah memantau kegiatan teman, melihat-lihat tempat wisata atau *onlineshop*, melihat unggahan yang berbau humor, dan melihat postingan artis *favorite*.

Remaja yang memiliki instagram biasanya mengunggah informasi yang salah mengenai dirinya (Herring & Kapidzic, 2015). Valkenburg, Schouten, & Peter (2005) menemukan banyak informasi bahwa remaja wanita dan pria menunjukkan *image* yang salah mengenai dirinya dalam memilih foto profil atau mengunggah foto dan video, remaja cenderung memilih konten yang terlihat menarik. Bagi remaja, halaman profil merupakan cara untuk mengekspresikan dirinya yang memberikan peluang untuk menerima *feedback* tentang penampilan mereka dari teman sebaya ataupun pengguna lainnya (Fox & Vendemia, 2016). Menurut Lampe, dkk (dalam Counts & Stecher, 2007) halaman profil merupakan suatu tempat untuk pengguna menampilkan *self-presentation*. Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) menyatakan bahwa individu disebut aktor yang mempresentasikan dirinya baik secara *verbal* maupun *nonverbal* kepada orang lain ketika berinteraksi. Presentasi diri (*self-presentation*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan individu untuk mencapai kesan atau citra diri yang diharapkan. Menurut Jones & Pittman (1982) presentasi diri adalah sebuah usaha individu untuk menimbulkan kesan terhadap orang lain dan dipengaruhi oleh beberapa motif, yaitu

keinginan untuk menunjukkan kekuatan dan keinginan untuk dianggap menjadi orang yang berwibawa (dalam Rozika & Ramdhani, 2016). Saat ini, *self-presentation* tidak hanya ditemui dalam dunia nyata saja, namun, terdapat pula di dunia maya atau dalam media sosial. Menurut Hui, Chua, & Chang (2016) *online self-presentation* merupakan hal yang sama dengan yang dilakukan di dunia nyata, hanya saja media sosial mengubah intensitas dan dinamika praktiknya. Adanya fitur halaman profil yang memudahkan pengguna untuk mengeditnya menjadi lebih menarik mendukung terjadinya *self-presentation* di instagram, hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Manago *et al.* (2008) bahwa pengguna instagram memanfaatkan halaman profil untuk menggambarkan dirinya dan mengunggah foto atau video yang menarik.

Michikyan *et. al.* (2014) menyatakan bahwa *online self-presentation* adalah menampilkan diri dengan berbagai aspek yang berbeda dari dirinya. Pengguna instagram dengan sadar atau tidak menggambarkan *ideal self* dan membuat *self-presentation* menjadi lebih nyata (Ellison, dkk, 2008). Pengguna media sosial instagram memiliki kontrol yang lebih besar atas perilaku presentasi diri mereka daripada dalam komunikasi tatap muka secara langsung (Kramer & Winter, 2008 dalam Rarasati, D. R., Hudaniah., & Prasetyaningrum, 2019). Schwarz (2010) menjelaskan bahwa pengguna instagram meningkatkan *followers* untuk menghasilkan kesan bahwa mereka diinginkan oleh masyarakat. Melalui instagram pengguna dapat menulis *caption* yang menarik pada foto atau video yang diunggah sehingga mereka dapat memberikan kesan atau presentasi diri untuk pengguna lain.

Instagram selain digunakan sebagai media presentasi diri, menurut Asimi *et. al.* (2018) juga dapat digunakan sebagai media *online* yang menyediakan sarana secara sosial untuk membandingkan diri dengan pengguna lain. Hui *et al.* (2016) menjelaskan bahwa remaja banyak menghabiskan waktu dan berkomunikasi terutama di media sosial dengan teman sebayanya, sehingga mereka rentang terhadap pengaruh teman sebaya. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya juga menjelaskan bahwa media sosial seperti instagram memberikan fasilitas untuk melakukan *peer comparison* pada remaja (Hui *et al.*, 2016). Para pengguna instagram tak jarang pula melakukan perbandingan dengan orang lain, *social*

comparison dirasa suatu hal natural yang terjadi dalam kehidupan manusia di dunia nyata maupun di dunia maya. Festinger (1954) menjelaskan bahwa *social comparison* merupakan proses yang didasari oleh individu untuk mengevaluasi dirinya terhadap standar fisik tertentu dengan individu lainnya. Buunk & Gibbons (2007) mengatakan bahwa seseorang cenderung dipengaruhi oleh standar ideal yang berlaku dalam lingkungannya. Individu ketika ingin mengetahui apakah dirinya sudah sesuai standar atau belum dengan lingkungannya biasanya melakukan *social comparison* mengenai kemampuannya, karena *social comparison* yang didapatkannya akan menimbulkan rasa kompetisi atau persaingan dalam dirinya.

Teori perbandingan sosial membahas bagaimana individu termotivasi untuk mengevaluasi dirinya dengan orang lain khususnya teman sebayanya. Interaksi media sosial memberikan peran penting dalam membentuk standar kecantikan dan membentuk individu dalam membuat perbandingan (Fredrickson & Roberts dalam Zimmer-gembeck, Hawes, & Pariz, 2020), hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fox & Vendemia (2016) bahwa pengguna media sosial seperti instagram yang cenderung membandingkan dirinya secara sosial merasakan kebutuhan untuk mempertahankan atau melampaui standar kecantikan yang ditetapkan oleh individu lain atau untuk mencapai tingkat yang sama dengan mereka yang dianggap pesaing. Remaja pun sering menggunakan media sosial seperti instagram untuk menampilkan foto *outfit of the day* atau *selfie* untuk membandingkan dirinya dengan teman sebaya (Kaplan & Haenlein, 2010). Boyd (2007) juga menjelaskan bahwa *self-presentation* yang ditampilkan di media sosial seperti instagram merupakan hasil observasi yang dilakukan pada halaman profil teman sebaya dan tak jarang pula remaja yang membandingkan dirinya dengan pengguna lain agar mendapatkan gambaran yang sesuai secara sosial tentang apa yang ingin ditampilkan atau dipresentasikan mereka di media sosial.

Peneliti juga melakukan wawancara secara *online* dengan lima orang pengguna instagram dengan rentang usia 19-21 tahun yang intensitas penggunaannya lebih dari satu sampai tiga jam perhari, subjek F mengatakan bahwa ketika ia mengunggah foto atau video selalu memperhatikan tulisan atau *caption* yang sesuai dengan apa yang diunggah agar dapat terlihat menarik dan dapat

diterima, subjek A mengatakan bahwa sebelum mengunggah sesuatu penting untuk mengedit hasil foto agar dapat terlihat menarik, subjek I sebelum mengunggah foto atau video hal yang perlu diperhatikan adalah isi dari konten agar pengikutnya dapat melihat dan tertarik akan apa yang diunggah. Lalu subjek S mengatakan bahwa sebelum mengunggah sesuatu subjek melihat kembali apakah sudah terlihat bagus atau layak untuk diunggah, jika menurut subjek tidak layak maka tidak diunggah, Lalu menurut subjek H yang perlu diperhatikan adalah hasil foto agar terlihat menarik ketika dilihat oleh pengikutnya, dari kelima subjek mengatakan bahwa penting untuk memberikan kesan yang baik agar dapat terlihat menarik dan menambah pengikut di instagram. Mempresentasikan diri dengan baik secara tidak sadar dilakukan setelah melihat dan membandingkan unggahan dari akun lain khususnya teman sebayanya dengan dirinya, hal-hal yang dibandingkan berupa hasil unggahan foto atau video, *feeds* instagram atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pengguna lainnya.

Dari hasil uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *self-presentation* yang dilakukan oleh remaja akhir tak jarang dilakukan setelah mereka melakukan observasi pengguna lain yang berakhir dengan melakukan perbandingan secara sosial agar mendapat gambaran tentang apa yang ingin mereka tampilkan agar terlihat menarik bagi pengguna lainnya. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut apakah *social comparison* yang dilakukan oleh remaja akhir dengan pengguna lain khususnya teman sebaya dapat mempengaruhi *self-presentation* yang ditampilkannya di instagram. Subjek yang dipilih oleh peneliti adalah remaja akhir karena usia tersebut mulai terlibat dalam spekulasi ideal tentang standar tertentu serta menurut data yang telah di uraikan bahwa persentase usia yang paling banyak menggunakan instagram adalah remaja akhir.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh *social Comparison* terhadap *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram?
- b. Bagaimana gambaran *Social Comparison* pada remaja akhir pengguna instagram?

- c. Bagaimana gambaran *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah tersebut , maka penelitian ini akan dibatasi pada masalah: “Apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram”.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram.
- b. Untuk memperoleh gambaran *social comparison* pada remaja akhir pengguna instagram.
- c. Untuk memperoleh gambaran *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Sebagai bahan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan *social comparison* dan *self-presentation*. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1.6.2 Manfaat Praktisi

Untuk mengetahui pengaruh *social comparison* terhadap *self-presentation* pada remaja akhir pengguna instagram dan untuk melihat gambaran serta implikasi dari pengaruh *social comparison* terhadap *self-presentation*.