

# BAB I

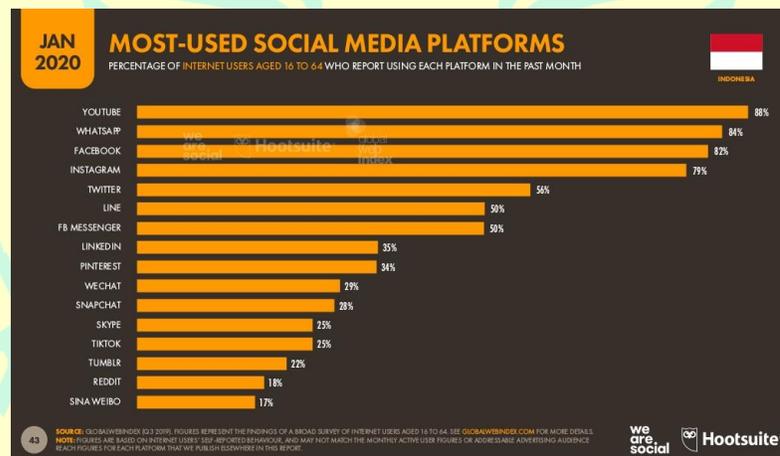
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, masyarakat tengah hidup di era informasi digital. Perkembangan teknologi yang pesat membuat masyarakat harus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Pertumbuhan yang signifikan dalam cara berkomunikasi menciptakan perubahan dari komunikasi tatap muka langsung menjadi komunikasi yang dimediasi teknologi. Kehadiran berbagai jenis media sosial menggambarkan perkembangan teknologi yang sangat dirasakan saat ini. Media sosial merevolusi cara individu dalam berkomunikasi dan bersosialisasi. Kehadiran media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berpartisipasi dalam jejaring sosial. Berbagai jenis media sosial yang hadir di tengah masyarakat seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Youtube, dan lain-lain mulai menggantikan komunikasi tatap muka. Media sosial memudahkan individu untuk menemukan ketertarikan yang mereka minati, berkomunikasi dengan kerabat jauh, dan membangun hubungan interpersonal yang lebih luas. Fenomena mengunggah foto diri ataupun memberikan informasi pribadi di media sosial juga kian marak terjadi di Indonesia.

Manusia mengalami kemudahan dalam berkomunikasi dan bersosialisasi melalui media sosial yang memiliki peranan besar dalam perkembangan teknologi (Prawesti & Dewi, 2016). Masyarakat menggunakan media sosial untuk menyampaikan apa yang terjadi saat ini, apa yang dialami dan apa yang dirasakannya semua dapat dituangkan dengan menggunakan media sosial (Weiser dalam Prawesti & Dewi, 2016). Secara garis besar, kehadiran media sosial sangat diminati oleh individu-individu dari berbagai kalangan karena dirasa memiliki banyak manfaat dalam menggunakannya.

Berdasarkan hasil riset dari *We Are Social* (2020) didapatkan data yang menyatakan bahwa sebanyak 175,4 juta penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Hal ini menunjukkan bahwa 64% dari 272,1 juta jiwa masyarakat Indonesia telah mengakses dunia maya. Laporan ini juga menunjukkan bahwa saat ini diketahui sebanyak 160 juta masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Tim *We Are Social* juga membandingkan dengan tahun 2019 dan ditemukan hasil yang menyatakan bahwa terdapat peningkatan sebanyak 10 juta orang Indonesia aktif menggunakan media sosial. Menurut berita yang dilansir oleh *Datarateportal.com* (2020) menyatakan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebanyak 8,1% dari April 2019 hingga Januari 2020. Tim *We Are Social* (2020) menggambarkan persentase minat pengguna media sosial di Indonesia sebagai berikut (gambar 1.1):



**Gambar 1.1** Persentase Pengguna Media Sosial di Indonesia (*We Are Social*, 2020)

Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial yang banyak digunakan dengan persentase tertinggi adalah Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Twitter. Salah satu jejaring media sosial yang banyak diminati oleh remaja di Indonesia adalah Instagram. NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing di Polandia membuktikan bahwa, hingga November 2019 jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia adalah sebanyak 61,6 juta pengguna, di mana pengguna berusia 18-24 tahun merupakan kelompok usia paling besar yang aktif

menggunakan Instagram, yaitu dengan persentase sebesar 37,5% atau sekitar 23 juta pengguna.

Instagram merupakan jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk menyajikan konten visual. Pengguna Instagram dapat mengunggah berbagai foto atau video singkat yang dapat dilihat langsung oleh pengikut mereka di Instagram. Individu terutama remaja memiliki banyak cara dalam melakukan presentasi diri melalui Instagram (Nastiti & Purworini, 2018). Kemunculan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram membuat pembahasan terkait presentasi diri kian berkembang.

Individu dituntut untuk mengekspresikan diri agar dapat menarik interaksi sosial dalam suatu kondisi sosial (Goffman, 1959). Goffman (1959) mengasumsikan bahwa ketika seseorang berada di hadapan orang lain, maka orang tersebut berusaha mengendalikan kesan yang dimunculkan dari situasi yang dihadapi di mana hal tersebut dikenal sebagai presentasi diri. Individu melakukan presentasi diri dengan pengungkapan diri untuk memulai hubungan dengan orang lain. Presentasi diri pada awalnya hanya dapat dilakukan secara tatap muka saja, tetapi seiring berkembangnya jaman, presentasi diri kini dapat dilakukan tanpa tatap muka, yaitu secara *online* (Bareket-Bojmel, dkk, 2016). Kehadiran Instagram dirasa cukup berpengaruh dalam hal peningkatan presentasi diri di media sosial terutama pada kalangan remaja.

Rentang usia remaja berada pada usia 12 sampai 23 tahun (Santrock, 2007). Sementara itu, secara global perkembangan pada masa remaja didefinisikan berlangsung saat berusia 12-21 tahun (Kartono, 1990). Masa remaja merupakan peralihan masa perkembangan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang melibatkan perubahan pada aspek fisik, aspek kognitif, dan aspek psikososial (Papalia, dkk, 2013). Remaja harus memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri untuk berperilaku dalam bersosialisasi sehingga dapat dipertanggungjawabkan pada masa ini (Santrock, 2007). Hal tersebut salah satunya adalah bijak dalam menggunakan media sosial, termasuk dalam melakukan presentasi diri di Instagram. Menurut Yang dan Brown (2016), menampilkan diri secara *online* melalui media

sosial merupakan cara tepat yang dapat digunakan remaja dalam melakukan presentasikan diri.

Individu menampilkan kesan yang diinginkan secara verbal maupun non-verbal agar sesuai dengan yang dikehendaknya merupakan bentuk dari presentasi diri (Lee, dkk, 1999). Sementara presentasi diri *online* menurut Michikyan, dkk (2015) yaitu perilaku menampilkan diri dengan berbagai aspek yang berbeda dari diri seperti gambaran diri nyata (*real self*), gambaran diri yang diharapkan (*ideal self*), dan gambaran diri palsu (*false self*) dalam berinteraksi di media sosial. Presentasi diri yang dilakukan di Instagram merupakan penyajian diri dalam bentuk video atau dalam bentuk foto (Gustina & Fachri, 2015). Hal ini juga dijelaskan oleh Mulyani, dkk (2019) dalam hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa remaja banyak melakukan aktivitas di Instagram dengan mengunggah foto atau video. Kehadiran Instagram mampu memengaruhi perilaku presentasi diri remaja untuk menunjukkan diri mereka sesuai yang mereka inginkan di depan lingkungan sosialnya secara umum. Banyak dari pengguna Instagram mengunggah foto mereka dengan tujuan untuk mendapatkan pujian, dikenal oleh orang lain, atau mendapatkan kesan yang diharapkannya. Kegiatan mengunggah foto atau video juga sering mereka lakukan untuk mempromosikan diri atau memperlihatkan sisi baik dari dirinya di hadapan orang lain.

Individu dapat menampilkan dirinya kepada orang lain atau yang disebut dengan presentasi diri melalui Instagram (Gustina & Fachri, 2015). Presentasi diri adalah usaha untuk menciptakan sebuah kesan yang dipengaruhi oleh motif-motif tertentu, seperti keinginan untuk dinilai sebagai orang yang baik, diterima, dan mendapat pengakuan yang baik oleh orang lain, keinginan untuk memperlihatkan kekuatan kepada orang lain, atau pun keinginan untuk dinilai berwibawa (Jones & Pittman, dalam Rozika & Ramdhani, 2016). Individu akan melakukan presentasi diri dengan tujuan untuk menciptakan kesan dari orang lain seperti yang diharapkan terhadap dirinya.

Sementara itu, Cramer dan Inkster (2017) mengungkapkan bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang buruk yang dapat berdampak pada kesehatan

mental dan kepuasan remaja. Pengguna media sosial Instagram menjadi sangat fokus dengan paparan terus-menerus terhadap apa yang dilakukan oleh individu lain yang dapat memengaruhi dirinya untuk membandingkan diri sendiri dengan individu lain, hal ini sering kali membangkitkan perasaan merasa dikecualikan atau ditinggalkan. Paparan terus-menerus tersebut dapat memicu kegelisahan, dengan begitu seseorang akan selalu menampilkan sisi terbaiknya di Instagram, di mana pengguna Instagram akan terus fokus untuk selalu melihatkan kesejahteraan hidupnya. Kecenderungan orang-orang untuk memposting versi yang paling mengesankan dan menghibur dari diri mereka sendiri menciptakan kesan betapa bahagia atau suksesnya mereka. Hal ini dapat dikatakan bahwa dalam melakukan presentasi diri apabila tidak disesuaikan dengan yang seharusnya, maka dapat menimbulkan dampak psikologis pada seseorang.

Dampak lainnya dipaparkan oleh Zwier, dkk (2011) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa remaja cenderung hanya menampilkan apa yang sesuai dengan harapan dalam dirinya di media sosial daripada gambaran diri yang sebenarnya. Hal tersebut mengakibatkan terciptanya identitas *digital* yang dimiliki para pengguna media sosial, di mana identitas *digital* tersebut tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Davis (2012) menyatakan bahwa pengguna media sosial usia remaja terlalu memperhatikan representasi dirinya yang mengakibatkan hilangnya identitas diri yang sebenarnya karena presentasi diri yang ditunjukkan di media sosial tidak seperti yang mereka lakukan di dunia nyata. Hal tersebut berdampak pada citra diri negatif yang dibentuk para remaja pengguna media sosial karena mereka tidak dapat menerima keadaan diri mereka.

Menurut Santrock (2012), remaja bereksperimen dengan berbagai peran dan kepribadian sebagai usaha untuk menemukan kesesuaian mereka di dunia. Remaja merasa bahwa dengan mempresentasikan diri mereka di Instagram dapat memberikan mereka umpan balik berupa komentar dari orang lain yang dapat menciptakan perasaan dihargai dan mengetahui bagaimana yang dirasakan oleh orang lain terhadap dirinya. Remaja melakukan presentasi diri untuk menciptakan identitas diri dan

menampilkan dirinya ke pengguna media sosial lain untuk mendapatkan pengakuan melalui media sosial.

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa presentasi diri pada remaja akhir di media sosial Instagram dilakukan untuk eksplorasi diri dan penyajian diri. Individu akan terpenuhi kebutuhannya untuk tampil sebagai orang yang mempunyai identitas diri apabila individu tersebut dapat memberikan evaluasi terhadap dirinya (Salim, dkk, 2017). Kegiatan mengevaluasi diri tersebut merupakan sikap seseorang terhadap dirinya dalam rentang dimensi positif dan negatif yang disebut dengan harga diri (Baron & Byrne, 2004). Salim, dkk (2017) dalam penelitiannya menunjukkan perilaku presentasi diri yang dilakukan di media sosial seperti Instagram atau Facebook berhubungan dengan harga diri. Hal serupa diungkapkan oleh Yang, Holden, dan Carter (2017) dalam penelitiannya yang membahas mengenai hubungan presentasi diri di media sosial dan pengembangan identitas. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa presentasi diri terkait dengan harga diri yang lebih tinggi.

Harga diri (*self-esteem*) merupakan salah satu aspek yang dipandang penting dalam membentuk kepribadian seorang individu. Harter dalam King (2014) mengatakan bahwa harga diri merupakan salah satu variabel terkait diri yang terpenting di mana individu memiliki sikap positif atau negatif mengenai dirinya sendiri. Harga diri merupakan penilaian mengenai kepantasan diri yang digambarkan secara pribadi melalui tindakan dan penilaian untuk dirinya sendiri Coopersmith (1967). Harga diri dapat menjadi salah satu bagian yang sangat penting dalam pembentukan konsep diri seseorang yang akan berdampak luas pada sikap dan perilaku individu tersebut (Branden dalam Rahman, 2013). Individu dengan harga diri yang tinggi akan mampu mengenali diri dan mampu bersikap menerima dari setiap perubahan yang ada, dan juga memiliki motivasi untuk mengembangkan perubahan ke arah yang lebih positif. Peningkatan harga diri atau *self-esteem* adalah motivasi penting untuk presentasi diri, di mana strategi ini juga memainkan peran yang penting (Solomon, 2016).

Penjelasan-penjelasan di atas, menunjukkan bahwa remaja akhir menggunakan media sosial Instagram untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal mengeksplorasi

diri, menciptakan identitas diri, mempromosikan diri dan menunjukkan eksistensi dalam menggunakan media sosial Instagram dengan melakukan presentasi diri. Proses menuju kemampuan dalam melakukan presentasi diri yang positif dan optimal dipengaruhi oleh beberapa faktor. Aiyuda dan Syakarofath (2019) mengungkapkan bahwa presentasi diri di media sosial lebih banyak dikorelasikan dengan faktor internal yang dimiliki individu, adapun beberapa variabel yang sering dikaitkan dengan presentasi diri di media sosial yaitu, harga diri, kepribadian, narsisme, dan faktor demografi seperti gender atau faktor sosial seperti budaya.

Yang & Brown (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa terjadi hubungan antara presentasi diri dengan harga diri pada remaja pengguna media sosial. Arianna (2014) memaparkan bahwa individu yang melakukan presentasi diri di media sosial dipengaruhi oleh harga diri. Hal ini juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Overup, Brunson, & Acitelli (2015) yang mengemukakan bahwa harga diri merupakan faktor penting individu dalam melakukan presentasi diri. Sementara itu, Gosling, dkk (2011) menyatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan presentasi diri, individu menggunakan media sosial. Penelitian lainnya yang dilakukan Back, dkk (2010) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dikaitkan dengan harga diri. Harga diri berdampak luas terhadap sikap dan perilakunya (Srisayekti, Setiady, & Sanitioso, 2015).

Penelitian serupa lainnya dilakukan oleh Biocalti (2019), penelitian ini dilakukan untuk meneliti hubungan antara harga diri dan frekuensi mengambil dan mengunggah foto diri di situs jejaring sosial, di mana hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa harga diri adalah faktor penting dalam strategi presentasi diri *online* dan dapat memainkan peran penting dalam menjelaskan perilaku mengunggah foto diri pada wanita. Penelitian lain dilakukan oleh Asyifa (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *self-esteem* terhadap perilaku *inauthentic self-presentation* pada pengguna Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa individu akan melakukan presentasi diri sesuai dengan bagaimana harga diri individu tersebut.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai pengaruh harga diri terhadap presentasi diri remaja akhir pengguna Instagram. Peneliti memilih remaja akhir sebagai subjek dalam penelitian ini, karena remaja akhir merupakan masa peralihan menuju dewasa awal yang memungkinkan mereka mengalami dampak psikologis lebih besar dalam melakukan presentasi diri di media sosial Instagram. Selain itu, berdasarkan data yang telah diperoleh dan diuraikan di atas menunjukkan bahwa rentang usia remaja akhir berada dalam kategori usia yang paling banyak menggunakan media sosial Instagram.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Seperti apa gambaran harga diri remaja akhir pengguna Instagram?
- 1.2.2 Seperti apa gambaran presentasi diri remaja akhir pengguna Instagram?
- 1.2.3 Apakah harga diri berpengaruh terhadap presentasi diri remaja akhir pengguna Instagram?

## **1.3 Batasan Masalah**

Fokus pada penelitian ini adalah mengenai pengaruh harga diri terhadap presentasi diri remaja akhir pengguna media sosial Instagram. Presentasi diri yang digunakan dalam penelitian ini adalah presentasi diri *online* yakni, bagaimana individu mempresentasikan dirinya dengan berbagai aspek yang berbeda dari diri seperti diri asli, diri ideal, dan diri palsu dalam berinteraksi di media sosial (Michikyan, dkk, 2014).

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Apakah harga diri berpengaruh terhadap presentasi diri pada remaja akhir pengguna Instagram?”.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap presentasi diri remaja akhir pengguna Instagram.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Bagi peneliti selanjutnya dan masyarakat umum yang mengkaji pendekatan psikologi terutama mengenai harga diri dan presentasi diri hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan atau bahan kajian. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam penyajian informasi dan publikasi artikel mengenai pengaruh harga diri terhadap presentasi diri remaja akhir pengguna Instagram.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk remaja akhir pengguna media sosial Instagram dalam memberikan informasi dan pemahaman untuk dapat dengan bijak dan bertanggungjawab dalam menggunakan media sosial dengan tidak melanggar norma atau aturan di masyarakat. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi presentasi diri yang digunakan remaja akhir pengguna Instagram untuk dapat memanfaatkan Instagram dengan baik dan menumbuhkan perilaku positif di masyarakat.