

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, setiap manusia membutuhkan orang lain di dalam hidupnya. Kebutuhan untuk saling berhubungan dengan orang lain mendorong manusia untuk mencari berbagai macam cara guna memudahkan dalam berkomunikasi. Dari mulai surat menyurat dan telepon, sarana komunikasi yang dapat digunakan oleh manusia semakin berkembang seiring berjalannya waktu.

Saat ini, internet dan media sosial menjadi sarana untuk menjalin hubungan sosial baru bersama orang lain maupun memelihara hubungan yang telah ada. Sejak ditemukannya jaringan internet di tahun 1969 (Irfan, 2018) dan kemunculan situs sosial pertama kali bernama *SixDegree* di tahun 1997 (Evan, 2013) internet dan media sosial menjadi kebutuhan bagi para pengguna dari berbagai macam kalangan yang menggunakan media sosial untuk berbagai kepentingan. Melalui media sosial individu dapat bertemu dengan orang baru, yang memiliki pandangan serupa, kesukaan yang sama, maupun hanya saling bertukar kabar dengan teman sekolah atau kantor secara mudah. Tidak hanya sebatas pada fungsi berinteraksi, media sosial juga berfungsi sebagai wadah untuk penyampaian pendapat secara publik.

Media sosial menjadi inovasi terbesar dalam teknologi komunikasi nirkabel jarak jauh dan perkembangannya pun semakin pesat hingga saat ini. Dengan pengguna media sosial mencapai 171,17 juta jiwa dari 264,16 juta orang total populasi penduduk di Indonesia diantaranya kelompok usia 15-24 tahun mendominasi pengguna media sosial kelompok usia lain dengan 17,8% pengguna *Instagram* serta 1,7% pengguna *Twitter* memiliki rata-rata durasi penggunaan internet selama 3-4 jam dengan alasan utama dalam menggunakan internet yakni

sebesar 24,7% untuk berkomunikasi melalui pesan singkat dan 18,9% menggunakan internet untuk mengakses media sosial (APJII, 2018).

Beberapa *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh remaja maupun dewasa awal beberapa tahun belakangan ini salah satunya adalah *Instagram* dan *Twitter*. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi jejaring sosial berbasis gambar seperti foto maupun video dimana penggunanya dapat mengunggah foto atau video kemudian membagikannya pada pengikut atau grup teman. Pengguna juga dapat melihat, memberi komentar dan menyukai unggahan yang dibagikan oleh teman mereka di *Instagram* (help.instagram.com). Terdapat sekitar 62 juta pengguna *Instagram* di Indonesia sendiri per Januari 2020 dengan mayoritas wanita sebesar 51% dan usia 18 hingga 24 tahun sebagai kelompok pengguna terbesar (napoleoncat.com). Sedangkan *Twitter*, jejaring sosial berbasis teks ini memiliki sistem “*micro-blogging*” yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima postingan singkat disebut sebagai *tweets*. *Tweets* atau cuitan tersebut dapat mencapai 280 karakter panjangnya dan dapat disisipkan tautan menuju alamat web maupun sumber yang bersangkutan. Berdasarkan portal statistik daring dan riset pasar Statista, Indonesia memiliki 24 juta pengguna akun *Twitter* aktif sejak Mei 2016 (Mononimbar & Mononimbar, 2017).

Komunikasi yang dilakukan menggunakan media sosial yang tersedia berperan sebagai pengganti komunikasi tatap muka (Maulana & Gumelar, 2013). Berkomunikasi dengan orang asing di *platform* sosial tanpa tatap muka langsung tidak memenuhi kebutuhan emosional (Bullaro, 2018). Seseorang memiliki kebutuhan untuk tetap terhubung secara sosial maupun emosional agar terhindar dari perasaan kesepian. Gentzler, Oberhauser, Westerman, & Nadorff (2011) menjelaskan bahwa remaja yang melakukan komunikasi melalui situs media sosial memiliki tingkat kesepian yang lebih tinggi dibanding mereka yang berkomunikasi dengan menelpon.

Kesepian merupakan suatu kondisi yang menyebar, memuramkan, melemahkan sehingga dapat mempengaruhi seluruh aspek dalam kehidupan seseorang. Hal ini dapat membuat individu merasa dirinya adalah satu-satunya orang di dunia. Perasaan seperti itu dapat membuat individu sangat terisolasi dan

tidak berguna seakan tidak memiliki tujuan. Kesepian tidak harus selalu muncul dari tidak memiliki siapapun, tetapi lebih kepada tidak dapat mengungkapkan hal-hal yang menurut seseorang itu penting. Kesepian pun dapat membuat individu mengisi kekosongan dalam dirinya dengan hal-hal seperti media sosial.

Menurut Burke (2010) terdapat 3 tipe pengguna media sosial yang telah teridentifikasi antara lain adalah pasif, aktif dan *broadcasting* atau penyiar. Diantara ketiga tipe pengguna media sosial tersebut, pengguna pasif cenderung merasakan kesepian lebih tinggi dibandingkan pengguna aktif. Pengguna pasif atau biasa disebut pengikut pasif atau konsumen konten, menggunakan media sosial untuk observasi daripada interaksi, utamanya mengecek berita dan kegiatan pasif serupa. Melihat berita, unggahan orang lain, gambar dan pembaruan tanpa memberi tanda suka atau berkomentar adalah komponen kunci dari pengguna pasif (Halston, Iwamoto, Junker, & Chun, 2019).

Pengguna pasif yang hanya mengonsumsi informasi cenderung mengalami kesepian sebab pengguna tersebut tidak memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi. Hal ini bertentangan dengan fungsi dari media sosial yaitu untuk membantu individu untuk memiliki teman secara daring bagi orang-orang yang mengalami kesepian (Dumas, Maxwell-smith, Davis, & Giulietti, 2017). Perasaan kesepian dapat meningkat ketika seseorang tidak berhasil membangun hubungan sosial yang bermakna. Namun jika kebutuhan sosialnya yang berupa afeksi, keterikatan dan, cinta seperti layaknya hubungan bersama keluarga maupun hubungan romantis terpenuhi serta hubungan sosial yang menyenangkan dan memuaskan, kesepian cenderung rendah.

Kesepian dapat juga dikaitkan dengan depresi, *self-esteem* atau harga diri yang rendah. Individu yang mengalami kesepian ini biasanya memiliki pola hidup buruk yang terdiri dari makanan yang tidak sehat, tidur tidak berkualitas sehingga sering merasa lelah di siang hari (Cherry, 2020). Penelitian di Amerika tentang pola media sosial, didapatkan temuan bahwa individu yang menghabiskan waktu lebih banyak di media sosial tiap harinya merasakan kesepian daripada mereka yang menghabiskan waktu lebih sedikit di media sosial. Peningkatan dalam penggunaan

media sosial juga berkaitan dengan meningkatnya gangguan tidur (Primack et al., 2017) dan kesulitan untuk fokus (APA, 2018).

Peneliti dari Universitas Michigan menjelaskan bahwa seseorang mengalami respons menyenangkan terhadap situs media sosial sebagai contoh *Facebook*. Sejalan dengan penelitian oleh Peper (2018) yang menekankan pada penggunaan telepon pintar dapat membentuk koneksi neurologis serupa dengan koneksi yang tampak pada individu yang kecanduan opioid. Lebih jauh, dalam penelitian dengan 135 subjek, Peper dan koleganya menemukan bahwa orang yang sering memanfaatkan ponsel mereka lebih mungkin untuk melaporkan perasaan cemas, depresi, isolasi dan kesepian.

Kesepian dapat menjadi alasan seseorang dalam menggunakan media sosial begitu pula sebaliknya. Apabila individu yang merasa kesepian karena kurangnya hubungan sosialnya dengan dunia luar maka individu tersebut akan cenderung menggunakan media sosial sebagai pelarian dari dari kekurangan tersebut, dan sebaliknya apabila individu menggunakan media sosial dengan intensitas tinggi maka akan menjadikan individu tersebut lebih kesepian karena kurangnya berinteraksi langsung dengan orang lain. Ketika media sosial digunakan untuk menciptakan hubungan baru, berkomunikasi dengan teman yang sudah lama tidak bertemu dan tinggal di bagian negara atau kota yang berbeda, maka media sosial menjadi solusi yang tepat bagi kesepian. Sebaliknya, jika media sosial digunakan untuk melarikan diri dari sulitnya melakukan interaksi sosial maka perasaan kesepian itu akan meningkat (Nowland, Necka, & Cacioppo, 2018).

Dalam menggunakan media sosial, seseorang selalu di dorong oleh motivasi. Motivasi utama dalam ber-media sosial adalah untuk membangun dan menjaga hubungan *online* maupun *offline* (Kuss & Griffiths, 2011 dalam Mulyani et al., 2018). Sedangkan motivasi pada umumnya adalah untuk memenuhi kebutuhan yang bermacam-macam, antara lain adalah kebutuhan akan bertemu orang baru, kebutuhan akan berbagi dan mencari informasi, kebutuhan akan berbagi media, kebutuhan akan mempertahankan hubungan, kebutuhan akan terhubung, kebutuhan akan hiburan dan kebutuhan berdiskusi (Chinyamurindi, 2017).

Perbedaan motivasi menggunakan media sosial dikaitkan dengan perilaku daring yang berbeda juga (Matook, Cummings, & Bala, 2016). Motivasi penggunaan *Facebook* untuk bertemu kenalan baru dapat mengurangi kesepian, sebaliknya, motivasi penggunaan *Facebook* untuk menyeimbangi keterampilan sosial yang buruk mengarah pada meningkatnya kesepian (Teppers, 2014 dalam Nowland et al., 2018). Dengan temuan ini mengindikasikan bahwa yang terpenting untuk menentukan apakah penggunaan media sosial akan meningkatkan atau menurunkan tingkat perasaan kesepian adalah bagaimana seseorang menggunakan media sosial tersebut. Di Indonesia sendiri, motivasi menggunakan media sosial bukan untuk mencari teman. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Global Web Index* mengenai perilaku bermedia sosial masyarakat Indonesia, ditemukan sebesar 61% menjawab untuk mengisi waktu luang mereka. Diikuti oleh alasan berjejaring dengan orang lain dan mencari konten hiburan sebesar 54% (Lidwina, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Guo (2018), penggunaan media sosial belum tentu mengakibatkan kesepian, tetapi kesepian sudah pasti mengakibatkan penggunaan media sosial yang berlebihan. Kesepian menjadi motivasi kuat bagi orang-orang untuk menggunakan media sosial.

Hasil penelitian lainnya tentang pengguna media sosial pasif oleh Aalbers, McNally, Heeren, Wit, & Fried, n.d. (2018) menjelaskan bahwa, menjadi pengguna media sosial yang pasif tidak memprediksi simtom depresif, kesepian maupun stress. Sebaliknya, individu yang lebih dulu memiliki simtom depresif, kesepian maupun stres akan cenderung menjadi pengguna media sosial yang pasif.

Sedangkan penelitian dari Shensa, Bowman, & Sidani (2018) menyatakan pengguna media sosial yang pasif, secara positif berhubungan dengan simtom depresi dan kesepian, pengguna media sosial yang aktif menunjukkan tidak adanya hubungan signifikan terhadap kesepian.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Allegrante & Sigfusdottir (2019) mengenai pengguna media sosial aktif dan pasif serta simtom kecemasan dan perasaan depresi menunjukkan hasil bahwa pengguna media sosial pasif berhubungan dengan simtom kecemasan dan perasaan depresi. Penelitian lainnya mengenai penggunaan *Instagram*, kesepian dan orientasi perbandingan sosial oleh

Chia-chen (2016) memberikan temuan bahwa interaksi dan *browsing* di *Instagram* keduanya berhubungan dengan tingkat kesepian yang rendah dibandingkan dengan pengguna *broadcasting* yang dihubungkan pada tingkat kesepian yang tinggi.

Maka dari itu, dikarenakan perbedaan hasil penelitian mengenai jenis pengguna media sosial terutama pengguna media sosial pasif terhadap tingkat kesepian serta motivasi dalam menggunakannya, penelitian ini ingin menguji bagaimana pengaruh motivasi dalam menggunakan media sosial terhadap tingkat kesepian pada pengguna media sosial pasif.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang, masalah yang dapat diidentifikasi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana motivasi menggunakan media sosial pada pengguna media sosial pasif?
- 1.2.2 Bagaimana tingkat kesepian pengguna media sosial pasif?
- 1.2.3 Apakah motivasi penggunaan media sosial pada pengguna media sosial pasif memiliki pengaruh dengan tingkat kesepian?

1.3. Batasan Masalah

Dilihat dari luasnya masalah yang beririsan dengan kesepian, penelitian ini membatasi masalah pada masalah mengenai pengaruh motivasi menggunakan media sosial terhadap tingkat kesepian pada pengguna media sosial pasif.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh antara motivasi menggunakan media sosial terhadap tingkat kesepian?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris terkait motivasi menggunakan media sosial terhadap tingkat kesepian, juga untuk melihat adanya pengaruh positif atau negatif antara motivasi menggunakan media sosial terhadap tingkat kesepian.

1.6. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan agar hasil yang diberikan dapat membawa manfaat baik itu manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis terhadap penelitian terkait.

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi, wawasan serta menambahkan kajian teoritis untuk penelitian-penelitian berikutnya terutama dalam bidang psikologi, juga mendalami fenomena terkait kesepian dengan motivasi seseorang dalam menggunakan media sosial.

1.6.2. Manfaat Praktis

Sedangkan untuk manfaat praktis dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap pengguna media sosial yang pasif pada motivasi menggunakan media sosial yang dapat menjadi sumbangsih kepada tingkat kesepian.