

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pandemi COVID-19 mengharuskan masyarakat menghabiskan sebagian besar waktunya di rumah. Keadaan ini juga membuat segala sesuatu yang biasanya dilakukan secara tatap muka, berubah sepenuhnya menjadi kegiatan yang berbasis internet. Selama pandemi COVID-19 ini, internet menjadi bagian penting dalam berjalannya aktivitas masyarakat, seperti bekerja yang semulanya dilakukan di kantor berubah menjadi *work from home*, atau kegiatan pembelajaran yang semulanya dilakukan di sekolah berubah menjadi *school from home*. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak mungkin berjalan tanpa adanya media internet.

Keadaan ini membuat intensitas pengaksesan internet pada masyarakat meningkat tajam. Berdasarkan data APJII (2020), pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2018 sebanyak 25,5 juta pengguna atau sebesar 8,9 persen per periode 2019 hingga kuartal II 2020. Data survei APJIII (2020) juga menyebutkan bahwa mayoritas pengguna mengakses internet selama lebih dari 8 jam dalam sehari. Survei APJII (2020) juga menunjukkan bahwa 95,4% responden terhubung dengan internet melalui *smartphone* setiap harinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak masyarakat melakukan aktivitas berbasis internet selama masa pandemi COVID-19 yang mengharuskan untuk tetap beraktivitas di rumah.

Lonjakan pengaksesan internet tidak hanya pada aktivitas belajar dan sekolah saja, tetapi juga pada pengaksesan media sosial. Selain menggunakan media internet untuk mengakses pekerjaan di kantor atau laman pendidikan, internet juga digunakan untuk mengakses media sosial. Menurut data Hootsuite (2021), jumlah pengguna

media sosial di Indonesia bertambah sebesar 6,3% atau sekitar 10 juta pengguna pada rentang 2020 hingga 2021. Sementara hasil survei APJII (2020) menyatakan bahwa sebanyak 51,5% pengguna menjadikan media sosial sebagai alasan utama untuk menggunakan internet. Hal tersebut berarti bahwa seiring meningkatnya penggunaan internet, pengaksesan media sosial juga turut meningkat.

Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang intensitas pengaksesannya meningkat di masa pandemi ini. Berdasarkan data yang dikutip oleh katadata.id (2020), Instagram dan WhatsApp menjadi dua *platform* media sosial yang mengalami lonjakan penggunaan sebesar 40%. Hasil survei Datareportal (2021) menunjukkan bahwa rata-rata pengguna Instagram di Indonesia menghabiskan waktu selama 17 jam setiap bulannya untuk mengakses Instagram. Di Indonesia sendiri, Instagram menempati urutan ketiga pada kategori *platform* media sosial yang paling banyak digunakan hingga bulan Januari 2021 (Datareportal, 2021). Hal tersebut juga didukung oleh data *preliminary study* yang ditujukan pada pengguna Instagram. Pertanyaan *preliminary study* memuat apakah intensitas pengaksesan Instagram meningkat selama masa pandemi COVID-19 ini. Hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 83% atau 177 orang menjawab “Ya” yang artinya mereka lebih sering mengakses Instagram selama masa pandemi COVID-19, sementara 17% atau 37 orang menjawab “Tidak”. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna mengakses Instagram secara lebih sering selama masa pandemi ini. Sementara untuk rentang usia penggunanya, pengguna Instagram didominasi oleh usia 18-24 tahun sebanyak 36,1% per bulan Mei 2020 (Good News From Indonesia, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh usia di periode *emerging adulthood*.

*Emerging adulthood* merupakan sebuah teori perkembangan baru yang berfokus pada rentang periode remaja akhir hingga usia dua puluhan atau tepatnya pada usia 18 hingga 25 tahun (Arnett, 2000). *Emerging adulthood* merupakan periode perkembangan di mana seseorang tidak dikatakan sebagai remaja ataupun dewasa muda. Seseorang dalam periode ini tidak lagi memiliki ketergantungan layaknya pada

masa kanak-kanak dan remaja, tetapi juga belum memiliki tanggung jawab sepenuhnya sebagai orang dewasa. *Emerging adulthood* juga merupakan sebuah periode yang memungkinkan seseorang mengeksplorasi berbagai hal dalam kehidupannya (Arnett, 2000).

Menurut Arnett (2000), individu dalam periode *emerging adulthood* selain memiliki tugas perkembangan untuk mengeksplorasi berbagai hal, individu juga memiliki tugas perkembangan untuk membentuk identitas dirinya. Penggunaan media sosial itu sendiri bagi *emerging adult* digunakan sebagai media untuk mencari informasi dan menjalin hubungan sosial (Hughes et al., 2012). Selain itu, Yang, et al. (2017) menyatakan bahwa pemenuhan tugas perkembangan pembentukan identitas dapat dipengaruhi oleh bagaimana individu membentuk presentasi diri melalui media sosial. Melalui media sosial seperti Instagram penggunaanya dapat membagikan foto, video, maupun pesan singkat sebagai hiburan dan membuat koneksi dengan sesama penggunaanya (Bjornsen, 2018). Unggahan yang dibagikan melalui media sosial Instagram tidak jarang dijadikan sebagai portofolio digital yang dapat merepresentasikan diri penggunaanya. Oleh karena itu, biasanya seseorang hanya membagikan hal-hal yang dinilai pantas untuk dilihat orang lain sehingga membentuk presentasi diri yang positif. Namun, pemanfaatan media sosial pada *emerging adult* dalam pemenuhan tugas perkembangannya justru dapat mengancam pengembangan individu itu sendiri. Seperti yang dinyatakan oleh Stapleton (2017) bahwa pembentukan harga diri pada *emerging adult* pengguna Instagram dipengaruhi persetujuan dari orang lain yang diperoleh dari media sosial.

Aktivitas pengguna media sosial meliputi interaksi dengan sesama pengguna dengan menjadi pengikut atau memiliki pengikut, memberikan tanda *like*, dan mengomentari unggahan pengguna lainnya (Nugraha & Akbar, 2018). Unggahan yang dibagikan oleh pengguna Instagram pun beragam, seperti kegiatan bersama keluarga, berbagi pengalaman, kegiatan saat bekerja, ataupun berkeluh kesah (Sakti & Yulianto, 2013). Melalui fitur-fitur tersebut, pengguna Instagram dapat dengan mudah melihat profil dan unggahan pengguna lainnya. Hal ini didukung oleh data *preliminary study*

yang memuat pertanyaan apakah sebagai seorang pengguna, mereka sering melihat *story* atau *feeds* Instagram orang lain. Hasilnya sebanyak 80% atau 148 orang menjawab “Ya” yang artinya mereka sering melihat unggahan pengguna Instagram lain, baik *story* maupun *feeds*. Sementara itu, 20% atau 37 orang lainnya menjawab “Tidak” Sehingga, hal ini memungkinkan seseorang untuk melihat gambaran kehidupan orang lain melalui media sosialnya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat mempengaruhi kepuasan hidup seseorang. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada remaja usia 12-24 tahun, ditemukan bahwa penggunaan media sosial dapat memicu tumbuhnya rasa iri dan menjadi faktor yang dapat menurunkan kepuasan hidup (Kesi et al., 2019). Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan pada pengguna media sosial Facebook, bahwa semakin lama seseorang mengakses media sosial Facebook secara terus menerus, maka akan semakin rendah kepuasan akan hidupnya (Kross et al., 2013). Hal ini juga didukung oleh data *preliminary study* yang memuat jawaban terbuka dari pengguna Instagram mengenai perasaan ketika melihat orang lain melalui media sosial, seperti timbulnya perasaan tidak percaya diri atas keadaan diri sendiri dan perasaan bahwa hidupnya tidak sebaik hidup orang-orang yang dilihat melalui Instagram. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap bagaimana seseorang mengevaluasi kepuasan hidupnya.

Kepuasan hidup atau *life satisfaction* merupakan penilaian akan kepuasan terhadap hal yang dibandingkan berdasarkan standar yang berlaku. Kepuasan hidup seseorang ditentukan dari standar tertentu yang ia tetapkan kepada dirinya sendiri sebagai perbandingan melalui keadaan yang ada di sekitarnya (Diener et al., 1985). *Life satisfaction* merupakan salah satu komponen evaluasi kognitif dari *subjective well-being* yang mencakup respon emosional dan penilaian terhadap taraf kepuasan akan kehidupan seseorang (Diener et al., 1999). Diener (1985) juga menjelaskan bahwa evaluasi kepuasan hidup seseorang tidak ditentukan oleh apa yang seharusnya menjadi standar, tetapi akibat penilaian individu tersebut yang menentukan suatu hal dapat dijadikan standar pembanding.

Pada *emerging adulthood*, rendahnya *life satisfaction* seseorang disebabkan oleh kurangnya kemampuan *coping* untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupannya (Kim & Kim, 2008; dalam Wider et al., 2018). Menurut penelitian disebutkan bahwa kemampuan *proactive coping* memiliki pengaruh pada kepuasan hidup *emerging adult* (Wider et al., 2018). Dalam pemenuhan tugas perkembangan mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan di masa depan, kemampuan tersebut dibutuhkan *emerging adult* untuk menghindari kemungkinan ancaman-ancaman di masa depan (Greenglass, 2002; dalam Wider et al., 2018). Hal ini sejalan dengan pernyataan Arnett (2004; dalam Wider et al., 2018) bahwa periode *emerging adulthood* merupakan periode transisi di mana individu banyak dihadapi oleh peningkatan kecemasan dan stres. Sehingga, *emerging adult* perlu untuk belajar menyelesaikan masalah dan tidak menghindari masalah mereka untuk meningkatkan kepuasan hidupnya.

Penggunaan media sosial seperti Instagram dapat memberikan kemudahan untuk mencari informasi dan menjalin hubungan sosial dengan sesama penggunanya. Namun, penggunaan media sosial dapat memberikan dampak buruk bagi psikologis penggunanya. Berdasarkan hasil penelitian Wang et al. (2017) yang dilakukan pada remaja, disebutkan bahwa pengguna media sosial yang melihat unggahan *selfie* pengguna lainnya memiliki penurunan pada kepuasan hidupnya. Hal ini menunjukkan bahwa unggahan di media sosial dapat dijadikan standar pembandingan bagi seseorang untuk mengevaluasi kepuasan akan hidupnya. Artinya, dengan adanya media sosial seperti Instagram, seseorang dapat melakukan evaluasi akan kepuasan hidupnya dengan melihat kehidupan orang lain melalui media sosial. Kemudian, hal tersebut dijadikan sebagai standar pembandingan bagi dirinya sendiri.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Krasnova *et al.* (2013) pada pengguna media sosial Facebook menunjukkan bahwa pengguna yang secara pasif mengikuti pengguna Facebook lainnya mengalami penurunan *life satisfaction* dalam jangka panjang. Dalam penelitian tersebut juga disebutkan bahwa hal tersebut dipicu oleh meningkatnya kecenderungan *social comparison* dan emosi yang tidak menyenangkan.

Sejalan dengan hasil penelitian Civitci & Civitci (2015) mengenai hubungan antara *social comparison* dengan *life satisfaction*, menyatakan bahwa seseorang dengan orientasi *social comparison* rendah memiliki *life satisfaction* yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang memiliki orientasi *social comparison* tinggi.

Menurut Buunk (2005), *social comparison* merupakan sebuah fenomena yang dapat terjadi dimanapun dan kapanpun. *Social comparison* dapat memberikan informasi mengenai lingkungan sosial bagi yang melakukannya (Taylor and Lobel, 1989; dalam Buunk, 1995). Buunk (1995) membagi *social comparison* menjadi dua arah, yakni *upward comparison* dan *downward comparison*. *Upward comparison* merupakan perbandingan yang dilakukan dengan orang yang dianggap lebih baik. Sedangkan *downward comparison* merupakan perbandingan yang dilakukan dengan orang yang dianggap lebih buruk.

Gibbons & Buunk (1999) mengemukakan bahwa *social comparison* secara umum berkaitan dengan ketidakpastian. Seseorang yang mengalami hal-hal seperti stres atau perubahan dapat meningkatkan kecenderungan untuk melakukan *social comparison*. Sementara itu, Arnett (2004; dalam Wider et al., 2018) menjelaskan bahwa seseorang dalam periode perkembangan *emerging adulthood* seringkali dihadapi oleh berbagai kemungkinan dan ketidakpastian dalam mencari identitas dirinya. Hal tersebut memungkinkan seseorang dalam periode *emerging adulthood* untuk melakukan *social comparison* dalam menghadapi ketidakpastian pada kehidupannya.

Menurut penelitian yang dilakukan Burke & Marlow (2010; dalam Kesi et al., 2019), media sosial dapat meningkatkan kecenderungan perbandingan sosial ke atas atau *upward comparison* yang dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis penggunanya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Gibbon & Buunks (1999) bahwa kecenderungan seseorang untuk mencari informasi yang diperoleh dari orang lain dan melakukan perbandingan sosial akan memicu depresi. Begitu juga dengan pernyataan bahwa kecenderungan melakukan *social comparison* terjadi pada individu yang

mengalami stres sehingga membuat individu tersebut berusaha mencari tahu informasi mengenai hal-hal yang dilakukan oleh orang lain di sekitarnya.

Fenomena ini didukung oleh data *preliminary study* yang memuat pertanyaan apakah sebagai pengguna Instagram mereka pernah membandingkan diri dengan orang yang dilihat melalui Instagram. Hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 76% atau 162 orang menjawab “Ya” yang artinya mereka pernah membandingkan diri dengan orang yang dilihat melalui Instagram. Sementara itu, 24% lainnya atau sebanyak 51 orang menjawab “Tidak”. Selain itu, data *preliminary study* juga memuat pertanyaan terbuka mengenai informasi apa saja yang diperoleh dengan melihat unggahan Instagram orang lain dan membuat pengguna melakukan perbandingan. Beberapa orang menyebutkan hal-hal berikut, di antaranya kehidupan, penampilan, gaya berpakaian, pencapaian, kemampuan, materi, kegiatan sehari-hari, produktivitas, pekerjaan, penghasilan, kebahagiaan, prestasi, *body image*, keindahan *feeds* Instagram, unggahan ketika liburan, *life style*, kehidupan sosial, dan kemampuan akademis. Sehingga, dapat diketahui bahwa informasi yang diperoleh dengan melihat orang lain melalui media sosial Instagram dapat menyebabkan seseorang melakukan perbandingan sosial pada dirinya.

Dari penjabaran di atas, terdapat hasil yang diharapkan yakni *social comparison* dapat berpengaruh pada *life satisfaction* individu pengguna Instagram pada periode perkembangan *emerging adulthood*. Hal ini dikarenakan seseorang dapat menjadikan hal-hal disekitarnya sebagai standar pembanding dalam mengevaluasi kepuasan hidupnya (Diener et al., 1985). Sementara penentuan standar pembanding tersebut dapat terjadi ketika seseorang melakukan perbandingan sosial dengan orang lain. Adapun perbandingan sosial dapat dilakukan ke atas (*upward*) ataupun ke bawah (*downward*) (Buunk, 1995).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melihat lebih lanjut permasalahan tersebut dengan judul penelitian “Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Life Satisfaction* pada *Emerging Adulthood* Pengguna Instagram selama Pandemi COVID-19”. Subjek dalam penelitian ini adalah individu pengguna

Instagram pada periode *emerging adulthood* dengan rentang usia 18-25 tahun (Arnett, 2000). Seperti yang telah diuraikan, rentang usia tersebut memiliki persentase pengguna Instagram terbanyak di Indonesia.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu:

- 1.2.1. Bagaimana gambaran *social comparison* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram selama pandemi COVID-19?
- 1.2.2. Bagaimana gambaran *life satisfaction* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram selama pandemi COVID-19?
- 1.2.3. Apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram selama pandemi COVID-19?

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini dibatasi pada apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram selama pandemi COVID-19.

## 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram selama pandemi COVID-19?



### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram selama pandemi COVID-19.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

#### 1.6.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi *emerging adult* pengguna Instagram dan meningkatkan kesadaran dalam penggunaan media sosial yang dapat menimbulkan terjadinya perbandingan sehingga tidak menjadi acuan taraf kepuasan hidup.

#### 1.6.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Psikologi dan dapat menjadi referensi bagi penelitian terkait di masa yang akan datang.