

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang mempunyai kebutuhan untuk dihargai, disukai, dan diterima oleh lingkungan sekitar dan orang lain, yang kemudian hal ini akan membentuk nilai dari individu itu sendiri. Penilaian inilah yang menyebabkan manusia secara alami mengalami kecemasan akan penilaian negatif oleh orang lain, perilaku ini kemudian disebut sebagai *social anxiety*. *Social anxiety* adalah masalah kesehatan mental yang diakibatkan pada stress dan perasaan tidak mampu yang berkepanjangan. Bentuk yang paling ringan dapat muncul sebagai *social anxiety* singkat yang muncul akibat evaluasi sosial, sedangkan bentuk yang lebih buruk ditandai dengan ketidakmampuan, ketakutan yang meluas, dan sifat menghindar. (Crozier, 2001; Liebowitz, 2003; Veale, 2003; dalam Russell & Topham, 2012).

Social anxiety adalah keadaan dimana seseorang akan cenderung menghindari interaksi sosial dan merasa kesulitan atau terhambat untuk ikut andil dalam interaksi tersebut (Schlenker & Leary, 1982). Individu yang memiliki *social anxiety* cenderung akan menumbuhkan perasaan negatif saat berinteraksi dengan orang lain, perasaan negatif ini yang kemudian menimbulkan kecenderungan untuk menghindari kegiatan sosial (DeVito, 2001, dalam Azka dkk., 2018). Menurut Mattick & Clarje (1998) *social anxiety* adalah kondisi dimana individu merasa tertekan saat bertemu atau berbicara dengan orang lain. Makna kata “bertemu” di sini juga dapat diaplikasikan sebagai pertemuan secara virtual melalui media sosial (Jiang & Ngien, 2020). Menurut *American Psychiatric Association* (2021) *social anxiety* adalah perilaku yang dikaitkan dengan ketakutan terhadap situasi sosial yang dianggap memalukan, seperti berbicara dan makan di depan umum, serta perilaku asertif dengan lawan bicara yang berbeda (Muskin, 2021).

Individu dengan *social anxiety* suka merasa melakukan suatu tindakan yang memalukan sehingga mereka sangat berhati-hati dengan kehadiran orang lain didekatnya dan menjadi takut dengan situasi sosial (Ilma dkk., 2020). Schlenker dan Leary (1982) menyatakan bahwa ketika seorang individu mencoba memberi suatu kesan kepada orang lain tetapi merasa ragu dan tidak akan berhasil mengeksekusinya dengan baik maka dapat menyebabkan *social anxiety* meningkat. Hal tersebut dapat diakibatkan oleh rendahnya *self-worth* dan rasa malu dari diri sendiri (P. Gilbert & Procter, 2006). Kedua hal tersebut dapat memberikan dampak yang kuat melalui perilaku *social anxiety* terhadap hubungan sosial, kesehatan mental, dan pencapaian atau kesuksesan secara akademis (Ameringen, dkk., 2003; Fehm, dkk., 2005; Stein, dkk., 1999; Turner, dkk., 1986; dalam Russell & Topham, 2012). *Social anxiety* juga akan meningkat ketika seorang individu tidak konsisten berperilaku sesuai dengan tujuan yang sudah mereka tetapkan. (Carver & Scheier, 1986, 1999; Schlenker dan Leary, 1982; dalam Kocovski & Endler, 2000). Gui (2009) menyatakan bahwa individu dengan *social anxiety* akan merasa tidak percaya diri untuk melakukan interaksi sosial, karena takut bahwa mereka akan melakukan sesuatu yang memalukan atau takut akan dihakimi oleh orang lain. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *social anxiety* yang tinggi memiliki tingkat *self-concept* yang rendah, *self-concept* yang rendah akan membuat seseorang percaya bahwa tidak ada nilai positif dalam dirinya yang hal ini akan merujuk pada menurunnya *self-esteem* seseorang (Jiang & Ngien, 2020).

La Greca & Stone (1993) melaporkan bahwa pada dewasa muda perempuan mempunyai tingkat *social anxiety* yang lebih tinggi dari laki-laki, terutama pada aspek *social anxiety*. Penelitian lain juga menggambarkan bahwa perempuan lebih tertekan daripada laki-laki mengenai bagaimana lingkungan menilai penampilan dan perilaku mereka (Nolen-Hoeksema & Larson, 1992; Rosen & Aneshensel, 1967; dalam La Greca & Stone, 1993). Penelitian tentang aspek internalisasi masalah juga menemukan nilai *social anxiety* yang lebih tinggi pada perempuan ketimbang laki-laki (Bernstein, Garfinkel, & Hoberman, 1989; Kashani, Orvaschel, Rosenberg, & Reid, 1989; Quay & La Greca, 1986), dan perempuan dewasa dua kali lebih mungkin untuk

mengalami *social phobia* daripada laki-laki (Schneier dkk.,1992; dalam La Greca & Stone, 1993). Dengan demikian perempuan dewasa awal mungkin lebih rentan terhadap *social anxiety* daripada laki-laki, dan ini mungkin juga berimplikasi terhadap fungsi sosial mereka (La Greca & Stone, 1993).

Artikel pada *Psypost* mengutip dari penelitian *Journal of Abnormal Psychology* juga menyatakan bahwa individu dengan *social anxiety* yang tinggi dapat mengalami pengikisan ingatan positif dari waktu ke waktu, hal ini mengakibatkan individu kesulitan untuk mengingat kenangan positif yang dia miliki. Artikel dari Universitas Gadjah Mada menyebutkan bahwa *social anxiety* dapat menyebabkan beberapa dampak antara lain, mempengaruhi kemampuan mengingat, penyesuaian diri di perguruan tinggi yang rendah, performansi akademik yang buruk, bahkan hingga putus kuliah. Selain itu, juga berdampak pada hubungan sosial, kesuksesan pekerjaan, pendidikan, serta aktivitas lainnya. Penelitian Irwinsyah (2021) yang melibatkan mahasiswa UM Malang menemukan bahwa mahasiswa pengguna instagram pada masa Covid-19 dengan waktu rata-rata penggunaan yang cukup lama yaitu selama 3-4 jam per harinya mengalami perilaku *social anxiety* kategori sedang. Penelitian lain yang dilakukan oleh Vriends dkk., (2013) menemukan bahwa Indonesia mempunyai tingkat *social anxiety* yang tinggi yaitu 15,8% dari 311 orang dan ini sangat berbeda dengan temuan mereka di Asia dengan nilai *social anxiety* yang cenderung jauh lebih rendah dibandingkan Indonesia (0,5%-1,2%) (Hwu, dkk., 1989; Lee, dkk., 1990; Tsuchiya, dkk., 2009).

Bernstein, Heeren, McNally (2017) menemukan bahwa buruknya *social anxiety* pada lingkungan akademis berkorelasi dengan rendahnya *social skills*, gangguan atensi, dan masalah belajar. Thomasson & Psouni (2010) juga mengatakan bahwa rendahnya *self-efficacy* mempunyai suatu hubungan dengan *social anxiety* dan gangguan serupa, dan hubungan ini dimediasi oleh *coping strategy* yang kurang baik. Penelitian De Jong, Sportel, De Hullu (2012) menunjukkan pemikiran dan perilaku untuk mengevaluasi diri berasal dari tingkat *self-esteem* dewasa awal, dan mensugestikan bahwa *self-esteem* dapat menjadi faktor penting dalam mengembangkan *social anxiety*. Penelitian lain juga mengindikasikan bahwa terdapat

variabel lain yang mempengaruhi *social anxiety* secara signifikan yaitu *social comparison* (Jiang & Ngien, 2020).

Social comparison adalah kecenderungan seseorang untuk mengevaluasi secara keseluruhan mengenai situasi, keterampilan maupun kemampuan mereka dan membandingkannya dengan orang lain berdasar pada informasi yang mereka dapat (Festinger, 1954). Ini terjadi karena pada dasarnya manusia mempunyai keinginan untuk mengevaluasi kemampuan dan sudut pandang diri mereka sendiri, dengan tidak terdapatnya standar pasti tentang hal ini membuat manusia cenderung menggunakan orang lain sebagai sumber informasi standar penilaian untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Festinger, 1954). Hal ini didukung oleh pernyataan Gilbert (2000) bahwa perilaku *social comparison* yang ditujukan pada orang berstatus lebih tinggi dapat meningkatkan *social anxiety*, bahkan membandingkan diri dengan orang yang statusnya lebih rendah juga dapat meningkatkan *social anxiety* seseorang (Jiang & Ngien, 2020). Weeks, Rodebaug, Heimberg (2009) juga menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *social comparison* dengan *social anxiety*.

Perilaku *social comparison* dapat muncul lewat penggunaan media sosial *instagram*, dimana pengguna akan banyak melihat orang lain sebagai bahan perbandingan evaluasi dengan diri mereka. Gilbert, Giesler, Morris (1995) mengatakan bahwa saat seorang pengguna media sosial melihat sebuah postingan baru di laman media sosialnya, mereka secara tidak sengaja berlatih untuk memunculkan perilaku *social comparison*. Menurut S. Y. Lee (2014) ketika seorang individu melihat adanya perbedaan pencapaian pendidikan maupun karir pekerjaan yang tergambar melalui media sosial, maka mereka akan secara otomatis membandingkan pencapaian mereka dengan individu tersebut, kemudian menghubungkan informasi itu dengan dirinya sendiri, sehingga individu cenderung melakukan *social comparison* di media sosial, khususnya ketika melihat foto dan postingan orang lain. Hwnag (2019) mengungkapkan bahwa pengguna media sosial banyak menghabiskan waktu untuk melihat gambar, *status update* dari orang lain, serta bentuk profil media sosial yang mereka dambakan atau inginkan.

Penelitian lain tentang *social anxiety* pada mahasiswa yang dilakukan oleh Kocovski dan Endler (2000) menemukan bahwa mahasiswa dengan *self-esteem* yang rendah cenderung melakukan evaluasi negatif tentang diri mereka yang kemudian terjadi peningkatan pada *social anxiety*. Penemuan ini sejalan dan konsisten dengan penemuan lain bahwa penolakan secara sosial meningkatkan *awareness* seseorang tentang konsep harga diri yang kemudian mengaktifkan emosi negatif yang kuat dan akhirnya memunculkan perilaku menghindar yang perilaku ini digunakan untuk melindungi *self-esteem* individu tersebut (Fennel & Jenkins, 2004; Leary 2004; DeWall & Baumeister, 2006, dalam Rasmussen & Pidgeon, 2011). Individu dengan *self-esteem* yang rendah mempunyai tingkat interaksi sosial yang juga rendah, membuat kemungkinan pembentukan sebuah hubungan dekat semakin sulit terjadi, padahal hubungan seperti ini diperlukan dalam menjaga kesehatan *well-being* pada seseorang (Fatima. Niazi, Ghayas, 2017).

Self-esteem adalah pandangan subjektif individu mengenai harga diri mereka sebagai seorang manusia (Donnellan, dkk., 2011; MacDonlad & Leary, 2012; dalam Orth & Robins, 2014). *Self-esteem* adalah perasaan tentang bagaimana seseorang merasa “belum cukup baik” dan hal ini tidak selalu harus mengarah pada bagaimana kemampuan dan kapabilitas seseorang jika dilihat dengan sudut pandang objektif maupun lewat penilaian orang lain (Rosenberg, 1965). Menurut Robinson (1911) *self-esteem* melibatkan penilaian dan evaluasi diri yang merupakan bentuk spesifik dari konsep diri (Aditomo & Retnowati, 2004). *Self-esteem* berhubungan secara langsung dengan *self-concept*, yang secara luas merepresentasikan bagaimana seorang individu melihat dirinya. (Rosenberg, Schooler, & Schoenbach, 1989; dalam Trifiro, 2018).

Menurut penelitian sebelumnya *self-esteem* mempunyai hubungan dengan media sosial *instagram*. Menurut Ikachoi, Mberia, Ndati (2015) menampilkan diri di media sosial atau mengunggah dapat memberikan dampak pada *self-esteem* individu yang melihat maupun yang dilihat. Unggahan tadi berpengaruh pada *self-esteem* penggunanya melalui jumlah *like* dan *comment* dari orang lain (Sukmasari, 2013; dalam Dalila, Putri, Harkina, 2021). Banyaknya *likes*, *comment*, dan *follower* di *instagram* membuat individu merasa mendapatkan persetujuan secara sosial, hal ini

menyebabkan penggunaanya merasa berharga dan dihargai (Rizki, 2017). Begitu pula sebaliknya apabila jumlah *likes*, *comment*, dan *follower* tidak mencapai ekspektasi membuat pengunggahnya merasa tidak diterima dan tidak dihargai yang kemudian berpengaruh kepada *self-esteem* penggunaanya. Jumlah *likes* dan *comment* kemudian disebut sebagai *quantifiable social endorsement*, yaitu bentuk dukungan sosial yang dapat diukur (Sherman, dkk., 2020; dalam Dalila dkk., 2021).

Jiang dan Ngien (2020) menjelaskan penggunaan media sosial meningkatkan taraf *social comparison* seseorang, hal ini terjadi karena semakin lama seseorang menghabiskan waktunya untuk menggunakan *instagram*, maka semakin tinggi juga kemungkinan orang tersebut untuk berpikir bahwa orang lain mempunyai kehidupan yang lebih baik dari dirinya. Survey yang dilakukan oleh Wang, dkk., (2017, dalam Jiang & Ngien, 2020) menghasilkan bahwa saat seseorang mengetahui bahwa relasi mereka di *instagram* dirasa mempunyai kehidupan yang lebih baik, membuat *self-esteem* orang tersebut menurun. Penelitian Fatima, dkk., (2017) melaporkan bahwa tingginya *self-esteem* seseorang dapat memprediksi *social anxiety* secara negatif. Berdasarkan penjabaran ini dapat dikatakan bahwa *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan dapat mempengaruhi *social anxiety* seseorang lewat penggunaan media sosial. Perilaku *social comparison* yang dibarengi dengan *self-esteem* yang rendah memungkinkan seorang individu secara otomatis akan cenderung untuk menganggap diri mereka lebih buruk dari orang lain, meskipun mereka berada di posisi yang sama. Ini dapat terjadi karena orang dengan *self-esteem* yang rendah cenderung akan menyalahkan diri mereka sendiri, merasa bahwa diri mereka buruk dan tidak sesuai dengan standar lingkungan sehingga saat tendensi untuk membandingkan diri muncul mereka akan selalu merasa lebih buruk dari orang yang mereka jadikan sebagai bahan perbandingan dan mereka akan selalu merasa bahwa orang lain pun akan menilai diri mereka buruk, hal inilah yang kemudian akan meningkatkan tingkat *social anxiety* seseorang. Perilaku membandingkan diri yang tidak disertai *self-esteem* yang rendah cenderung tidak memberikan dampak yang besar terhadap tingkat kecemasan sosial seseorang, karena apabila perilaku membandingkan diri ini dibarengi dengan tingkat *self-esteem* yang tinggi justru cenderung dapat menurunkan taraf *social anxiety*

seseorang. Hal ini terjadi karena individu dengan *self-esteem* yang tinggi akan cenderung merasa diri mereka lebih baik dari orang lain, sehingga perilaku membandingkan diri justru menjadi sarana validasi tentang sebaik apa performa mereka baik secara sosial maupun pencapaian, sehingga ini akan menurunkan taraf kecemasan sosial seseorang.

Berdasarkan laporan dari *British Broadcasting Corporation News* menyatakan bahwa *instagram* adalah media sosial yang mempunyai dampak mental paling buruk kepada anak-anak, remaja, dan dewasa awal, ini berdasarkan hasil survei di Inggris yang melibatkan 1.479 orang dengan rentan umur 14-24 tahun. *Customer News Business Channel International* juga memberikan pernyataan bahwa 32% remaja perempuan merasa buruk mengenai bentuk tubuh mereka, tetapi *instagram* membuatnya lebih buruk lagi, kemudian 14% remaja laki-laki di US mengatakan *instagram* membuat mereka merasa lebih buruk. Artikel dari Media Indonesia yang melansir pernyataan dari *The Wall Street Journal* mengungkap hasil penelitian *facebook* yang menyatakan bahwa *instagram* merupakan salah satu sumber tekanan yang membuat penggunanya mengidap stress dan depresi. *Theverge.com* juga memberikan data statistik yang menyebutkan 40% remaja perempuan mengaku merasa diri mereka tidak menarik yang membuat mereka tidak percaya diri, dan perasaan ini muncul sejak mereka menggunakan *instagram*.

Elia (2009) menemukan bahwa media sosial dapat memunculkan masalah seperti pengabaian diri, depresi, masalah dalam relasi pernikahan, kecanduan seks, judi online, menghindari orang lain dan terisolasi secara sosial atau bisa disebut *social anxiety* (Azka dkk., 2018). Terdapat indikasi bahwa mempunyai banyak koneksi di media sosial, merasa iri atau cemburu dengan kehidupan orang lain, dan memiliki perasaan *fear of missing out* pada interaksi sosial secara daring, dapat membuat tingkat *social anxiety* pada penggunaannya meningkat (Hampton, K.N., Rainie, L., Lu, W., Shin, I., Purcell, 2015). Menurut (Cahyani, 2021) media sosial berpotensi memunculkan perilaku *social anxiety*, hasil penelitian Prayoga dan Akmal (2014) juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *social anxiety* dan ketergantungan media sosial, individu yang mempunyai *social anxiety* juga akan cenderung

menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengatasi hambatan dalam dirinya (Azka dkk., 2018).

Menurut data yang diambil dari *Indonesian Digital Report* menunjukkan jumlah pengguna *instagram* di Indonesia untuk tahun 2021 mencapai 85 juta pengguna, meningkat sebanyak 7,5% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 79 juta pengguna. Jumlah tersebut mewakili 30,9% dari total pengguna internet di Indonesia yang berjumlah sebanyak 196,7 juta pengguna atau 71,8% dari total populasi di Indonesia, ini menandakan bahwa sepertiga pengguna aktif bermain *instagram* (Lokadata, 2021). *Instagram* berada pada posisi ke-2 sebagai media sosial yang paling sering digunakan, dengan rata-rata waktu penggunaan per harinya mencapai 34 menit atau 17,5% dari total waktu rata-rata penggunaan media sosial secara keseluruhan yang berada pada angka 3 jam 14 menit. Pengguna *instagram* terbanyak datang dari individu dengan rentan umur 25-34 tahun sebanyak 34,1% dan rentan umur 18-24 tahun dengan jumlah pengguna sebesar 30,7% dari total pengguna secara keseluruhan.

Ini artinya mahasiswa yang rata-rata berada pada rentan umur 18-24 tahun adalah salah satu kelompok yang mendominasi penggunaan *instagram* di Indonesia. Usia tersebut menurut Santrock (2011) merupakan masa dewasa awal atau masa transisi antara remaja dan dewasa dengan rentan umur berkisar antara 18-25 tahun. Kandell (1998) berpendapat bahwa kelompok mahasiswa adalah kelompok yang lebih rentan kecanduan internet karena mereka berada di masa transisi antara remaja akhir menuju dewasa muda yang dimana akan banyak terjadi tubrukan psikologis dalam diri mereka. Dimana di usia dewasa awal, mahasiswa sedang berada pada masa mencari identitas melalui belajar hidup mandiri untuk melepaskan pengaruh dominasi orang tua, hal ini bisa disebut sebagai fase *emerging adulthood* (Azka, Firdaus, Kurniadewi, 2018). Fase ini ditandai dengan ketidakstabilan pada aspek kehidupan seperti pemenuhan kebutuhan, hubungan *intrapersonal*, dan berkembangnya aspek dalam ranah afektif dan ranah kognitif. Kesulitan yang mereka alami ini berusaha mereka selesaikan dengan meningkatkan intensitas pemakaian media sosial, karena mahasiswa merasa kegiatan tersebut dapat membantu dalam memperluas jaringan sosial mereka (Smahel, Brown, Blinka, 2012).

Dapat disimpulkan bahwa perilaku bahwa *social comparison* yang tinggi dibarengi dengan *self-esteem* yang rendah akan meningkatkan taraf *social anxiety* seseorang. Berdasarkan fenomena dan penelitian sebelumnya juga dapat dikatakan bahwa perilaku *social comparison*, *self-esteem* dan *social anxiety* meningkat karena penggunaan media sosial *instagram*. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena adanya fenomena di sekitar lingkungan peneliti yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara ketiga variabel di atas. Peneliti mengasumsikan bahwa *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *social anxiety*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan poin latar belakang di atas, masalah yang peneliti identifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan terhadap *social anxiety* pada mahasiswa pengguna *instagram*?
2. Seberapa besar pengaruh yang diberikan *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan terhadap *social anxiety* pada mahasiswa pengguna *instagram*?

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti memfokuskan penelitian ini pada pengaruh *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan terhadap *social anxiety* pada mahasiswa pengguna *instagram*.

1.4 Rumusan Masalah

Seseorang yang menunjukkan perilaku *social comparison* yang tinggi dibarengi dengan tingkat *self-esteem* yang rendah dapat memicu meningkatnya *social anxiety*. Karena pernyataan ini peneliti mengemukakan rumusan masalah menjadi sebagai berikut

Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan terhadap *social anxiety* pada mahasiswa tingkat akhir pengguna instagram?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari *social comparison* dan *self-esteem* secara simultan terhadap *social anxiety* pada mahasiswa pengguna *instagram*.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat penelitian ini yang peneliti harapkan:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan teori maupun referensi dasar penelitian dengan tema atau variabel yang mirip yaitu *social comparison*, *self-esteem*, dan *social anxiety*. Selain itu hasil penemuan dalam penelitian ini juga dapat digunakan sebagai ide atau jawaban dalam memecahkan masalah kesehatan mental akibat paparan sosial media yang marak digunakan oleh dewasa muda maupun remaja.

1.6.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap tulisan ini dapat digunakan sebagai bacaan untuk meningkatkan *awareness* akan pentingnya mengontrol apa yang masuk kedalam pikiran untuk menjaga kesehatan mental agar tetap dalam kondisi yang sehat dan stabil, juga untuk meningkatkan pemahaman bagaimana sosial media dapat memberikan dampak negatif bagi penggunanya. Selain itu dapat digunakan sebagai dasar pemikiran dan prinsip baru tentang pembatasan penggunaan media sosial sebagai bentuk peningkatan kualitas hidup ditinjau dari bagaimana hasil penelitian ini, tidak lupa dampak ini juga tergantung masing-masing individu