

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya penggunaan media sosial yang merambah ke berbagai aspek kehidupan individu mulai dari hiburan, bisnis, hingga pendidikan telah mencapai puncaknya di beberapa tahun belakang. Berdasarkan data Statista, lembaga survei data yang berfokus di Hamburg, Jerman, terhitung pada tahun 2021 sekitar 3,78 miliar individu menggunakan media sosial di seluruh dunia. Aksesibilitas ponsel cerdas yang terjangkau, jangkauan *Wi-Fi* yang meluas, dan peningkatan jaringan internet ke seluruh pelosok wilayah memainkan peran besar dalam peningkatan penggunaan media sosial di seluruh dunia. Saat ini, lebih dari setengah populasi global menggunakan media sosial. Hal ini merupakan peningkatan sebanyak 12,3 persen dari tahun ke tahun. Secara khusus untuk populasi Indonesia, Statista mengelompokkan pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan usia dan jenis kelamin pada Februari 2020. Dalam temuannya, sebanyak 65,7% pengguna media sosial di Indonesia merupakan mereka yang berada di usia kelompok dewasa awal (*emerging adulthood*) dengan rentang usia 18 - 34 tahun. Banyak dari individu dewasa awal ini menghabiskan waktunya dengan berselancar internet di *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Messenger*, dan lain-lain (Statista, 2020).

Data-data tersebut pada beberapa tahun ini menunjukkan bagaimana penduduk dunia di kelompok usia dewasa awal merupakan kelompok usia yang mengakses media sosial paling aktif daripada kelompok-kelompok usia lainnya. Secara khusus, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 melaporkan pengguna internet di Indonesia terbanyak dipegang oleh kelompok usia *emerging adulthood* yakni 19-34 tahun dengan diikuti kelompok usia dewasa muda dan remaja akhir setelahnya. APJII juga menemukan bahwa sebanyak 95% pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui telepon genggam cerdas atau *smartphone* milik

mereka (APJII, 2019). Hal tersebut diyakini sebagai salah satu hal yang memengaruhi cepat berkembangnya aktivitas media sosial di Indonesia.

Aktif bermedia sosial sudah menjadi fenomena yang membudaya khususnya pada generasi muda. Hal ini lantas membuat beberapa lembaga survei memublikasikan data terkait klasifikasi usia pengguna media sosial secara spesifik. Media sosial pertama yang dibahas ialah *YouTube*. *YouTube* merupakan jaringan situs daring berbasis video terbesar dan paling terkenal di dunia. *YouTube* didirikan pada 14 Februari 2005, dan pada tahun 2022, melansir *Global Media Insight (2021)* *YouTube* telah memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif harian. Dalam survei tahunan media internet *We Are Social (2021)*, rasio penetrasi pengguna *YouTube* di Indonesia pada tahun 2021 menunjukkan angka 94% menjadikan *YouTube* media sosial yang paling sering diakses oleh orang Indonesia dengan klasifikasi usia pengguna yang merata di usia 15 hingga 65 tahun.

Kedua, *WhatsApp Messenger* yang merupakan jejaring sosial perpesanan instan lintas platform untuk ponsel cerdas, *PC*, dan *tablet*. Aplikasi ini membutuhkan koneksi internet untuk mengirim gambar, teks, dokumen, pesan suara dan video ke pengguna lain yang telah menginstal aplikasi di perangkat mereka. Dalam survei *Global Media Insight (2021)*, sebanyak 85 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan *WhatsApp* dan menjadikan Indonesia sebagai peringkat ketiga pengguna *WhatsApp* terbanyak di seluruh dunia. Saputra (2019) menemukan sebanyak 96% *emerging adulthood* di beberapa universitas besar di Kota Padang menggunakan *WhatsApp* dengan alasan beragam. Hal ini merupakan salah satu temuan yang sejalan dengan klaim APJII (2019) yang menyatakan pengguna media sosial teratas di Indonesia berada di usia *emerging adulthood* 19 hingga 34 tahun.

Media sosial yang dibahas selanjutnya ialah *Instagram*, jejaring media sosial online visual. Situs ini memiliki lebih dari satu juta pengguna aktif harian pada tahun 2021 sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Statista (2021). Organisasi survei lainnya *Napoleon Cat (2021)*, menemukan bahwa di Indonesia telah mencapai

sebanyak 92,53 juta pengguna. Hal ini merupakan peningkatan sebanyak 4,37% dari tahun sebelumnya. Klasifikasi usia pengguna Instagram di Indonesia dilakukan oleh Databoks (2021) dengan peringkat teratas ditempati penduduk usia 18-24 tahun sebanyak 33,90 juta pengguna.

Keempat, merupakan media sosial yang ‘bersaudara’ dengan *Instagram* yakni *Facebook*. *Facebook* merupakan jejaring media sosial terbesar di Internet, baik dari segi jumlah pengguna dan pengakuan. *Facebook* muncul pada tanggal 4 Februari 2004, menurut laporan Statista (2021) pengguna *Facebook* dalam 17 tahun terakhir telah mencapai 2,8 miliar pengguna aktif bulanan. Statista (2021) juga menemukan bahwa pengguna *Facebook* terbanyak di Indonesia masih dipegang oleh kelompok usia *emerging adulthood* yaitu 18-29 tahun.

Media sosial terakhir yang banyak diakses oleh kelompok usia *emerging adulthood* di Indonesia ialah *Twitter*. Aplikasi yang membatasi seseorang untuk menulis 140 karakter untuk tiap interaksi langsung di dalamnya ternyata tidak membatasi individu untuk berinteraksi dalam jejaring sosial ini. Dalam realitanya Statista (2021) melaporkan sebanyak 206 juta pengguna aktif harian telah dicapai *Twitter* dengan populasi penduduk Indonesia yang mencapai angka 15,7 juta pengguna. Platform *It Works* (2019) menuliskan posisi teratas usia pengguna *Twitter* di Indonesia diduduki kelompok usia 16-24 tahun.

Tingginya penggunaan media sosial aktif *YouTube*, *WhatsApp Messenger*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* dalam keseharian *emerging adulthood* di Indonesia menjadikan media sosial tersebut sebagai bagian dari hidup dan kebutuhan tersendiri bagi mereka, dengan itu pada penelitian ini nantinya akan berfokus pada fenomena penggunaan aktif kelima media sosial ini.

Verduyn, dkk. (2017) mendefinisikan penggunaan aktif media sosial sebagai perilaku daring yang memfasilitasi pertukaran langsung antar pengguna yang meliputi perilaku menyukai, mengomentari, mengirim pesan, dan perilaku-perilaku lain yang melibatkan interaksi dengan pengguna lain. Statista (2022) di sisi lain

mempublikasikan bahwa rata-rata pengguna media sosial di dunia mengunduh, mengunggah, mengirim, dan membagikan segala jenis teks, foto, video, suara, atau tautan lainnya di media sosial selama 147 menit setiap harinya. Dengan pemahaman-pemahaman ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial aktif merupakan setiap perilaku menyukai, mengomentari, membagikan, mengunduh, mengirim, dan mengunggah segala jenis teks, foto, video, suara maupun tautan lainnya di media sosial selama 147 menit atau lebih. Pentingnya pembatasan terkait aktif tidaknya pengguna berkaitan dengan dampak yang disebabkan pula.

Salah satu penelitian terbaru dilakukan oleh Yue, dkk. (2021). Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa asosiasi pengaruh negatif kesejahteraan psikologis dan penggunaan media sosial aktif ditemukan cukup signifikan terlebih pada individu yang berada dalam karantina akibat pandemi COVID-19. Jauh sebelum pandemi COVID-19 melanda, Haug dan rekan-rekannya (2009) meneliti tentang dampak dari penggunaan media sosial aktif pada dewasa awal (*emerging adulthood*). Mereka menemukan bahwa media sosial dapat menyebabkan kesejahteraan psikologis buruk berbentuk gangguan mental terlebih pada populasi perempuan (Haug, dkk., 2009). Temuan Hunt dan peneliti-peneliti lainnya (2018) juga menunjukkan bahwa semakin sering individu dewasa awal menghabiskan waktunya di media sosial, semakin tinggi pula skor kesepian dan depresinya (Hunt, dkk., 2018). Hal ini merupakan ironi di mana media sosial pada awalnya diperuntukkan guna wadah penghubung individu satu dengan individu lain maupun kelompok. Dimensi hubungan dengan orang lain dalam kesejahteraan psikologis juga terganggu dengan adanya pengaruh kesepian. Tak hanya itu, prevalensi tingginya media sosial juga berdampak pada perilaku memendam masalah (Riehm, dkk., 2019). Dampak-dampak yang disebutkan di atas seperti kesepian, depresi, memendam masalah merupakan indikasi dari kesejahteraan psikologis yang buruk sebagaimana Ryff (1995) yang membangun konsep kesejahteraan psikologis sebagai proses keseluruhan mental yang baik pada individu.

Ryff dalam menjelaskan konsep kesejahteraan psikologis secara singkat mengatakan kondisi ini merupakan keadaan di mana individu dinilai baik secara

psikologis dengan merasakan kebermaknaan dalam beraktivitas sehari-sehari, tercapainya kebahagiaan dan kepuasan hidup, serta tidak adanya gejala depresi (Ryff & Keyes, 1995). Secara khusus untuk dewasa awal, kesejahteraan psikologis termanifestasikan atas segala aspek kegiatan individu yang mana secara kontras ditandai dengan kepuasan hidup dan kebermaknaan hidup dengan bergerak dan berdaya atas diri sendiri atau otonomi (De-Juanas, Romero, Goig, 2020). Dalam konsepsi kesejahteraan psikologis, Ryff merujuk pada Adler yang menyatakan bahwa kultur atau gaya hidup yang berkembang dari satu kelompok ke kelompok lain secara terus menerus secara langsung maupun tidak langsung pasti akan memengaruhi kesejahteraan psikologis individu (Ozpolat, Isgor, Sezer, 2012). Dengan konsepsi ini, kita dapat pastikan temuan-temuan terkait pengaruh media sosial yang penggunaannya sudah membudaya pada dewasa awal tentunya akan berdampak pada kesejahteraan psikologis, terlebih aspek otonomi (Leis, 2014), kepuasan hidup (Huang, Zheng, Fan, 2021), dan kebermaknaan hidup (Sierra, dkk., 2020). Gao, dkk. (2020) menemukan bahwa media sosial dapat memberikan dampak kesejahteraan psikologis yang buruk berupa kecemasan dan depresi yang bersumber dari paparan informasi-informasi yang berkaitan dengan bencana sosial, bencana alam, maupun hal-hal negatif lainnya. Temuan lain pada tahun 2019 yang meneliti terkait asosiasi media sosial dengan kesejahteraan psikologis menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara dua variabel tersebut (Bekalu, McCloud, Viswanath, 2019).

Tinjauan lebih lanjut terkait penggunaan media sosial *emerging adulthood* menjadi penting tidak hanya karena kelompok usia ini merupakan pengguna media sosial aktif tertinggi di antara kelompok usia lainnya seperti yang ditemukan pada survei-survei sebelumnya. Seperti yang diketahui, periode dewasa awal merupakan salah satu periode krusial dalam perkembangan manusia (Zaky, 2017). *Emerging adulthood* menjadi tahap dalam perjalanan hidup manusia yang penting sebab di dalam kelompok usia ini terjadi beragam perubahan penting dalam kapasitas fungsional, pencapaian pendidikan, dan peran sosial yang besar dan tidak terlepas pada satu peran saja. Secara khusus, aspek kritis *emerging adulthood* dalam perkembangan manusia

ditenggarai oleh perkembangan tiga aspek yang krusial dan masif dalam tahapan usia ini yakni kognitif, pembentukan identitas, dan resiliensi (Wood, dkk., 2017).

Perkembangan kognitif pada *emerging adulthood* merupakan fase di mana individu mampu mengambil keputusan yang independen. Kemampuan untuk membuat keputusan secara mandiri merupakan cerminan dari identitas psikologis dan moral seseorang, hal itu juga berkaitan dengan kematangan kognitif dan kemampuan untuk menimbang berbagai pertimbangan sebelum memutuskan suatu pilihan. Penelitian ilmu saraf terbaru menunjukkan bahwa perkembangan otak (khususnya di korteks prefrontal) berlanjut hingga dekade ketiga kehidupan, yang pada akhirnya menghasilkan integrasi dan koordinasi kognisi, emosi dan tindakan, dan kontrol eksekutif strategis (Luciana, dkk., 2005). Ketika kapasitas baru muncul, *emerging adulthood* diharapkan mampu untuk memecahkan masalah, menunda kepuasan, dan menyaring *input* yang tidak perlu. Dengan pematangan kognitif ini, *emerging adulthood* juga lebih mampu merefleksikan pengaruh lingkungan mereka dan keadaan *internal* mereka, mengatur emosi mereka, dan menggunakan keterampilan pemecahan masalah untuk berkompromi secara efektif, yang penting untuk pengembangan interaksi sosial yang bermakna. dan hubungan pribadi serta di lingkungan kerja. Kemampuan ini juga mendukung kapasitas *emerging adulthood* untuk berinteraksi secara optimal dengan sistem perawatan kesehatan, mengelola kebutuhan perawatan kesehatan mereka, dan membuat keputusan yang akan memengaruhi hasil kesehatan jangka panjang mereka.

Aspek selanjutnya yang berkembang masif, cepat, dan krusial dalam fase *emerging adulthood* adalah aspek pembentukan identitas. Aspek pembentukan identitas juga terjadi pada tahapan perkembangan *adolescence* dan *young adult*. Hanya saja, dalam *emerging adulthood*, tahapannya lebih kompleks dimana pembentukan identitas terjadi dalam beberapa dimensi. Pertama yaitu dimensi psikologis, atau identitas ego yang muncul melalui rasa kontinuitas temporal-spasial dan penyertanya. Kedua, dimensi pribadi, atau repertoar perilaku dan karakter yang membedakan individu, dan ketiga dimensi sosial, atau peran yang diakui dalam komunitas.

Aspek kritis terakhir terkait perkembangan manusia dalam tahapan *emerging adulthood* adalah resiliensi. Resiliensi adalah kapasitas individu untuk beradaptasi dengan perubahan dengan cara yang sehat dan fleksibel selama peristiwa stres (Catalano, dkk. 2004). Ketahanan dapat diukur dengan berbagai cara melalui *psychological well-being*, *happiness*, dan *self-concept*. *Emerging adulthood* merupakan tahap yang sangat penting dalam perjalanan hidup untuk memahami ketahanan karena perubahan penting dalam kapasitas fungsional, pencapaian pendidikan, dan peran sosial yang besar dan bervariasi memiliki pengaruh yang signifikan pada hasil perjalanan hidup kedepannya dari tahapan usia ini.

Perkembangan kognitif terkait pengambilan keputusan, pembentukan identitas dengan dimensi-dimensi khusus, dan resiliensi yang penting untuk dikembangkan dalam tahapan usia ini menjadi penentu-penentu utama kesejahteraan hidup individu di tahapan kehidupan selanjutnya. Buruknya kesejahteraan psikologis dalam kelompok usia ini akan berdampak pada buruknya kualitas hidup individu.

Seperti sudah dijabarkan sebelumnya penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan banyaknya pengaruh kesejahteraan psikologis yang buruk akibat penggunaan media sosial yang sudah menjadi gaya hidup bagi kelompok usia *emerging adulthood*. Meskipun begitu, salah satu tinjauan ilmiah mengenai kesejahteraan psikologis yang dilakukan oleh Singhal dan Prakash (2021) mengungkapkan bagaimana kesejahteraan psikologis memiliki aspek penanda utama yaitu *self-esteem*. Dengan mobilitas teknologi yang tinggi dan fenomena penggunaan media sosial masif yang dilakukan oleh kelompok usia krusial dewasa awal, Jackson dan Mustafa (2021) melakukan penelitian terkait hubungan antara *self-esteem* dengan media sosial. Mereka menemukan bahwa tingginya waktu yang dihabiskan individu di media sosial akan menandakan rendahnya harga diri atau *self-esteem* individu. Hal ini bisa berdampak pada kesejahteraan psikologis sebagaimana temuan Safarina & Maulayani (2021) yang mendukung temuan tersebut dengan temuannya yang menjelaskan bagaimana prediktor utama *self-acceptance* yang merupakan aspek dari kesejahteraan psikologis adalah *self-esteem*. Jabaran akan bagaimana peran *self-esteem* merupakan aspek yang

memengaruhi baik buruknya kesejahteraan psikologis individu pengguna media sosial kian diperkuat dengan temuan Jiang & Ngien (2020). *Self-acceptance* memiliki peranan penting dalam salah satu aspek perkembangan krusial manusia yang terjadi di tahapan usia *emerging adulthood* yakni pembentukan identitas dimana ketika individu tidak mampu menerima lebih atau kurang dalam dirinya, individu tidak akan mampu mengoptimalisasi *self-esteem* yang nantinya akan berpengaruh pada *psychological well-being*.

Klaim terkait media sosial yang tidak secara langsung memengaruhi kesejahteraan psikologis individu dewasa awal melainkan melalui *self-esteem* yang merupakan aspek *self-acceptance* (salah satu komponen dasar kesejahteraan psikologis) membuat penulis tertarik meneliti topik ini, pengaruh *self-esteem* terhadap kesejahteraan psikologis pengguna media sosial.

Dimensi-dimensi kesejahteraan psikologis yang sudah dijabarkan kaitannya dengan *self-esteem* di atas yakni penerimaan diri, dan otonomi, menyisakan kita pada empat dimensi lain yakni tujuan hidup, hubungan dengan orang lain, pengembangan hidup dan terakhir, penguasaan lingkungan (*environmental mastery*). Penulis menemukan bahwa penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh antar tiap-tiap dimensi yang meliputi kesejahteraan psikologis tersebut terhadap *self-esteem*. Tiberio & Montpetit (2016) menjelaskan adanya dinamika yang sama terhadap aspek *self-esteem* dan penguasaan lingkungan dalam kesejahteraan psikologis individu berbentuk pengendalian stres. Apabila individu memiliki skor *self-esteem* yang tinggi, individu akan mampu beradaptasi dan bersosialisasi dengan dunia sekelilingnya. Harmoni yang muncul akibat hal ini meningkatkan kesejahteraan psikologis individu.

Kumari, dkk (2021) juga menemukan bahwa *self-esteem* memengaruhi pengembangan hidup atau *personal growth*. Dalam temuan ini diketahui bahwa konsistensi *self-esteem* yang cukup secara signifikan memengaruhi peningkatan *personal growth*. Skor *personal growth* yang tinggi menunjukkan proses belajar individu dalam mengembangkan potensi dalam diri. Dengan tingginya harga diri

individu, individu diyakini lebih mengetahui kualitas diri sehingga mampu secara maksimal mengembangkan potensi di dalam dirinya.

Di sisi lain, untuk dimensi hubungan dengan orang lain dan pengaruhnya akibat *self-esteem* secara komprehensif ditinjau oleh Morr, dkk. (2020). Dalam temuan Morr, dkk. (2020), ditemukan bahwa secara teoritikal kedua aspek ini dapat saling memengaruhi satu sama lain. Hubungan antara dua variabel ini yang saling memengaruhi dapat dipahami dengan meninjau lebih dalam bagaimana *positive relations with others* merupakan salah satu indikator dari *self-esteem*. Tahapan perkembangan *emerging adulthood* merupakan tahapan di mana individu menyelesaikan sekolah, mulai bekerja atau mulai tidak tinggal dengan orang tua. Penggunaan media sosial aktif bisa membantu individu untuk membangun hubungan positif dengan orang lain, tetapi penggunaannya juga diketahui bisa membawa dampak negatif terhadap hubungan individu kelompok usia ini dengan sekitarnya. Hal ini kemudian yang ingin ditinjau lebih khusus dinamikanya dengan karakteristik-karakteristik lain seperti domisili, pekerjaan, dan tingkat keaktifan penggunaan media sosial individu.

Pemaparan terkait pengaruh *self-esteem* terhadap kesejahteraan psikologis dengan dimensi-dimensinya pada kelompok usia dewasa beserta fenomena penggunaan media sosial pada tulisan kali ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh *self-esteem* terhadap *psychological well-being* pada *emerging adulthood* pengguna media sosial. Belum banyak penelitian yang berfokus pada pengaruh *self-esteem* terhadap kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* pada *emerging adulthood* pengguna media sosial, hal ini kemudian menjadi alasan pentingnya penelitian ini. Umumnya, penelitian-penelitian terdahulu berfokus pada kedua variabel saja yakni *self-esteem* dengan *psychological well-being* dengan subjek penelitian usia dewasa yang pada dasarnya kelompok usia dewasa memiliki tahapan-tahapannya tersendiri dengan karakteristik-karakteristik yang berbeda terlebih dengan fenomena relatif baru, yaitu penggunaan media sosial aktif.

1.2. Identifikasi Masalah

Merunut dari penjabaran di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut;

1. Bagaimana gambaran statistik *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna media sosial?
2. Bagaimana gambaran statistik *psychological well-being* pada *emerging adulthood* pengguna media sosial?
3. Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* terhadap kesejahteraan psikologis *emerging adulthood* pengguna media sosial?

1.3. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas penulis membatasi masalah dalam penelitian ini sehingga jangkauan penelitian tidak meluas dan menjadi lebih terfokus. Dengan ini, penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh nilai atau skor *self-esteem* pada dewasa awal pengguna media sosial aktif dari media sosial *online* (*Instagram, Twitter, Facebook, YouTube* dan *WhatsApp*). Kelima media sosial ini dipilih sebab berdasarkan data APJII (2021), kelima media sosial ini merupakan media sosial yang pengguna utamanya berada di rentang usia *emerging adulthood* (18-24 tahun).

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu, “Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* terhadap *psychological well-being* *emerging adulthood* yang menggunakan media sosial?”.

1.5. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang demikian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh *self-esteem* terhadap *psychological well-being* *emerging adulthood* (18-24 tahun) yang menggunakan media sosial.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Memberikan wawasan baru bagi mahasiswa khususnya mahasiswa yang mempelajari ilmu psikologi.
2. Memberikan pengetahuan baru guna pengembangan penelitian ilmu psikologi khususnya di bidang perkembangan dan klinis.
3. Menjadi data pendukung untuk penelitian terkait di masa depan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bentuk manifestasi eksplorasi akademis yang kedepannya bisa dijadikan rujukan atas pembuatan kebijakan atau kegiatan bagi kelompok usia *emerging adulthood* pengguna media sosial.
2. Memberikan kesadaran yang lebih tinggi terkait media sosial dan kaitannya dengan *self-esteem* hingga memengaruhi *psychological well-being* atau kesejahteraan psikologis bagi kelompok *emerging adulthood*.
3. Memberikan harapan atas kualitas hidup masyarakat yang akan semakin baik apabila kesadarannya akan hal ini sudah lebih baik.