

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam berbagai aspek kehidupan, manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Menurut Hantono & Pramitasari (2018), pada dasarnya manusia merupakan makhluk yang hidup berdampingan untuk saling berinteraksi satu sama lain dalam suatu wadah yang disebut dengan lingkungan sosial. Interaksi oleh sesama manusia ini membentuk suatu pola tertentu yang berbeda-beda sesuai dengan tujuannya, salah satu bentuk hubungan sosial yang ada adalah hubungan romantis.

Berbeda dengan jenis hubungan sosial lain, hubungan romantis bersifat lebih personal dengan melibatkan perasaan dan tujuan jangka panjang yang jelas. Menurut Santrock (2013), membangun hubungan romantis dengan pasangan merupakan salah satu tugas perkembangan pada usia dewasa awal (18-40 tahun). Adapun hubungan romantis tersebut bertujuan untuk membangun kehidupan ke tahap yang lebih serius, seperti hidup bersama, bereproduksi, hingga membesarkan anak.

Salah satu elemen hubungan romantis, yaitu komitmen, merujuk pada keputusan untuk selalu bersama dan mempertahankan hubungan dengan pasangan. Komitmen ini dapat diekspresikan melalui janji, kesetiaan, dan dilegalkan dengan status formal berupa pernikahan (Sternberg, 1986). Namun, sebelum mencapai pernikahan, terdapat proses pendekatan untuk mengenal pasangan secara pribadi untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan yang biasa disebut dengan pacaran (Iwan dalam Tandrianti & Darminto, 2018). Lebih lanjut, ada juga tunangan, yaitu hubungan dengan komitmen untuk menikah (Sumantri & Dewi, 2020). Di sisi lain, menurut ada suatu hubungan yang melibatkan adanya kedekatan emosional tanpa komitmen formal, yaitu HTS (Liputan6, 2024). Dengan demikian, hubungan romantis ini terdiri dari pernikahan, pacaran, tunangasn, dan juga HTS.

Ketika menjalin hubungan romantis, setiap individu tentu mendambakan suatu perasaan aman secara emosional, komitmen, dan juga cinta sebagai landasan. Untuk mencapai hal tersebut, salah satu faktor yang perlu diperhatikan adalah kepuasan dalam hubungan. *Relationship satisfaction* atau kepuasan hubungan merupakan penilaian yang bersifat subjektif terhadap kualitas hubungan romantis yang sedang dijalani individu (Hendrick, 1988). Sejalan dengannya, istilah kepuasan dalam hubungan dapat dijabarkan sebagai perasaan cukup terhadap pasangan dan hubungannya. Hal ini berkaitan erat dengan ekspektasi atau harapan yang terpenuhi dari suatu hubungan.

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan dalam hubungan adalah kecemburuan terhadap pasangan. Nabila (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa semakin tinggi perasaan cemburu yang dialami oleh suatu individu, maka semakin rendah mereka merasa puas terhadap hubungannya. Sementara itu, Regan dalam Renanda (2018) juga mengaitkan antara kepuasan hubungan dengan keuntungan yang diperoleh, yaitu seseorang akan puas terhadap hubungannya ketika mencapai keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan kontribusi yang diberikan kepada hubungan dan pasangan. Salah satu konstruk yang memiliki hubungan dengan kepuasan hubungan adalah kelekatan atau *attachment style* dan juga kepercayaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *attachment style* memiliki hubungan dengan kepuasan hubungan dengan kepercayaan yang memediasi keterkaitan antara keduanya (Renanda, 2018).

Lebih lanjut, menurut Hendrick (1988) faktor lain yang menunjang suatu kepuasan dalam hubungan adalah pemenuhan kebutuhan emosional pasangan. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan emosional dari pasangan adalah dengan menjaga kualitas komunikasi yang baik dengan pasangan (Miller & Tedder, 2011). Di era digitalisasi ini, terdapat berbagai cara bagi pasangan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, salah satunya adalah dengan memanfaatkan kehadiran media sosial. Dalam konteks hubungan romantis, mempertahankan dan meningkatkan kualitas komunikasi dapat membuat 58% dari total 1.000 responden berhasil bertahan dalam hubungannya (Rahmawati, 2021 dalam Chrisnatalia & Ramadhan, 2022).

Selain itu, kepuasan hubungan juga terdiri dari 3 elemen penting, yaitu cinta (*love*), masalah (*problems*), dan juga harapan (*expectation*) (Hendrick, 1988). Pada aspek cinta (*love*), terdapat keterlibatan suatu bentuk ekspresi dan gairah yang mengarahkan pada validasi dan apresiasi terhadap partner hubungan. Sama halnya dengan kebutuhan akan komunikasi, suatu individu juga membutuhkan pengakuan sebagai bentuk kepemilikan dari pasangan, yang mana di zaman sekarang hal tersebut juga dapat dilakukan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan, media sosial juga dapat dijadikan kiblat standar untuk mengurangi ketidakpastian hubungan dan media publikasi sebagai bentuk kasih sayang, rasa bangga, serta memberikan pembentengan dari orang lain (Sa'adatila dan Manalu, 2017).

Berdasarkan penjabaran di atas, faktor penting yang dapat dipertimbangkan untuk diselidiki lebih lanjut bersama dengan kepuasan hubungan adalah media sosial. Menurut Rahardaya & Irwansyah (2021), media sosial merupakan platform daring yang dapat mempermudah individu untuk saling terhubung demi mencapai suatu interaksi, berbagi informasi, serta berkolaborasi. Kebutuhan yang tinggi terhadap penggunaan media sosial membuat 64,3% dari total penduduk Indonesia tercatat sebagai pengguna media sosial aktif menurut databoks.katadata.co.id (Rri.co.id, 2024). Angka tersebut cukup fantastis mengingat jumlah penduduk Indonesia di tahun 2025 mencapai lebih dari 280 juta jiwa.

Lebih lanjut, terdapat 5 *platform* media sosial paling populer di Indonesia menurut databoks.katadata.co.id dalam Rri.co.id (2024), meliputi Youtube, Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Tiktok. Penelitian ini akan berfokus pada penggunaan media sosial Tiktok karena Indonesia menjadi negara dengan pengguna media sosial Tiktok terbesar di dunia, yaitu mencapai 157,6 juta pengguna per Juli 2024 (Kompas.com, 2024). Kemudian, data demografi pengguna Tik Tok di seluruh dunia menunjukkan bahwa mayoritas usia *users* ada pada rentang usia 18-24 tahun dan 25-34 tahun dengan presentasi mencapai 66% dari seluruh pengguna (Statista.com, 2025). Usia mayoritas pengguna aplikasi Tiktok ini termasuk ke dalam rentang dewasa awal menurut Hurlock, yaitu mulai umur 18-40 tahun, (Hurlock, 1996). Pada usia tersebut, individu sedang memasuki usia produktif dan menyesuaikan diri dengan pola-pola kehidupan baru, sehingga mereka lebih aktif dalam membangun hubungan sosial.

Jumlah pengguna yang fantastis ini menggambarkan paparan yang tinggi masyarakat Indonesia terhadap konten-konten TikTok. Selain itu, aplikasi ini memiliki algoritma yang dipersonalisasi (subjektif) dan adaptif, sehingga dapat mendeteksi preferensi pengguna, mengatur urutan konten yang disajikan, dan memandu *user* untuk menjelajahi lebih banyak konten sesuai dengan minat (Chandra, 2023). Sebagai contoh, ketika seseorang memiliki minat untuk mengakses konten *relationship*, algoritma TikTok akan terus memunculkan konten terbaru dari topik tersebut. Menurut Rahmayani (2021) dalam Chandra (2023), terdapat dua faktor yang mempengaruhi ketertarikan individu untuk menonton konten di TikTok, yaitu *content creator* yang kredibel dan juga konten yang *update* dan menarik.

Salah satu konten yang sering muncul di beranda (*fyp*) TikTok adalah konten romantis yang menampilkan tren-tren terbaru untuk menunjukkan loyalitas dan dinamika hubungan. Sebagai contoh konten milik *TikTokers* dengan username *heidyy* yang kerap membagikan keromantisannya bersama sang suami. Hal tersebut memicu banyak komentar dari *netizen* yang menyatakan keinginannya untuk memiliki dinamika hubungan yang serupa dengan *content creator* tersebut.

Menurut (Lestari & Kusuma, 2019), konten romantis merupakan informasi yang berisi tentang ekspresi cinta atau hubungan romantis dari suatu pasangan, baik itu berupa gambar, audio, dan video yang menampilkan momen-momen romantis. Fakta ini didukung oleh data dari Vogens & Anderson, (2020) dalam Goldberg dkk. (2022), yaitu terdapat signifikansi yang tinggi terhadap publikasi hubungan romantis di media sosial, dimana sebanyak 81% pengguna media sosial mengakui bahwa mereka melihat orang lain mempublikasi tentang hubungan mereka. Bahkan, 48% diantara responden juga mempublikasi hubungan mereka di media sosial dan menganggap hal tersebut penting untuk menunjukkan kepeduliannya kepada pasangan. Dengan intensitas kemunculan yang cukup besar dan algoritma yang berulang, cakupan paparan pengguna TikTok terhadap konten romantis semakin luas.

Untuk melihat keterkaitan antara kepuasan dalam hubungan romantis dengan sosial media, konstruk penggunaan media sosial sesuai digunakan sebagai

faktor independen yang dapat memengaruhi dinamika hubungan. Penggunaan media sosial ini mengacu kepada segala aktivitas individu yang dilakukan dalam jejaring media sosial dengan tujuan tertentu, seperti berbagi informasi, kenyamanan akses, hiburan, interaksi sosial, dan bentuk ekspresi diri (Treviño, dkk., 2016). Tujuan tersebut juga sekaligus mewakili dimensi-dimensi dari penggunaan media sosial yang merujuk kepada motivasi individu dalam memenuhi kebutuhannya melalui penggunaan media sosial. Konstruk penggunaan media sosial ini ditujukan untuk melihat pengaruh penggunaan media sosial secara lebih umum, terutama yang berkaitan dengan konten-konten yang diakses tanpa mengasumsikan efek negatif tertentu terhadap pengguna, sehingga lebih menggambarkan pola perilaku harian.

Didorong oleh salah satu dimensi berupa kemudahan akses dalam penggunaan media sosial, segala konten dan informasi dapat dengan mudah masuk ke beranda para pengguna tanpa adanya penyaringan tertentu. Kerap kali hal tersebut memicu perbandingan sosial yang mungkin terjadi selama penggunaan media sosial. Dalam konteks publikasi hubungan romantis, sangat mungkin suatu individu membandingkan standar yang ada di media sosial terhadap pasangan atau dinamika hubungan yang tengah dijalani.

Seperti yang telah dibahas, penggunaan media sosial juga dapat memengaruhi dinamika suatu hubungan romantis, layaknya pada penelitian dari Lestari & Kusuma (2019) yang membahas tentang keterbukaan hubungan romantis yang diunggah oleh selebriti dari suatu sosial media. Pada penelitian disebutkan bahwa publikasi suatu hubungan secara berlebihan di media sosial dianggap bertentangan terhadap norma pada masyarakat, tetapi di sisi lain hal tersebut dapat dijadikan sebagai inspirasi baru terhadap hubungan dalam konteks positif (Lestari & Kusuma, 2019).

Selain konten-konten yang dikonsumsi, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat berpengaruh kepada kepuasan hubungan, yaitu semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin rendah kepuasan (Bouffard dkk., 2022). Hal tersebut dikarenakan ketika individu menggunakan media sosial secara berlebihan, maka dapat mengurangi interaksi dengan pasangan secara langsung.

Hal ini masih bersinggungan dengan salah satu elemen penting dari hubungan romantis menurut Sternberg (1986), yaitu keintiman (*intimacy*). Keintiman mengacu kepada perasaan terkoneksi dan dekat dengan pasangan. Namun, waktu berkualitas yang semestinya dialokasikan untuk membangun keintiman justru digunakan untuk mengakses media sosial.

Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat juga mengakibatkan munculnya perilaku *phubbing* karena lamanya durasi penggunaan *smartphone*. *Phubbing* merupakan perilaku mengabaikan kehadiran orang lain ketika berinteraksi langsung karena suatu individu lebih fokus menggunakan *smartphone*-nya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Novitasari dkk. (2021), perilaku *phubbing* dapat memprediksi kepuasan hubungan dari suatu pasangan, khususnya pada mahasiswa yang berpacaran. Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian sebelumnya, pada penelitian ini perilaku *phubbing* berpengaruh positif terhadap kepuasan hubungan. Hal ini dikarenakan perilaku tersebut dianggap dapat diterima dalam kehidupan sehari-hari dan wajar dilakukan (Servies dalam Novitasari dkk., 2021).

Selain itu, faktor lain yang berpotensi untuk mempengaruhi dinamika kepuasan dalam hubungan adalah kecemburuan dalam media sosial (*social media jealousy*). *Social media jealousy* (SMJ) diadaptasi dari kecemburuan dalam konteks emosi, dimana seseorang merasakan emosi negatif terhadap suatu pencapaian, hubungan, atau kepemilikan dari orang lain, hanya saja perasaan cemburu ini diasosiasikan ke dalam media sosial (Kovan, 2023). Jika dikaitkan dengan hubungan romantis, kecemburuan dalam media sosial terjadi ketika suatu individu membandingkan kondisi hubungan romantisnya dengan interaksi atau konten tertentu di media sosial.

Terdapat beberapa aspek dari *social media jealousy* yang diambil dari *jealousy* sebagai suatu emosi yang spesifik, yaitu meliputi perasaan (*feelings*), kognisi (*cognition*), perilaku (*behaviors*), kesiapan dalam bertindak (*action readiness*), dan motivasi (*motivation*), (Chung & Harris, 2018). Dalam konteks media sosial, aspek-aspek tersebut serupa dengan kecemburuan yang realistik di

dunia nyata, hanya saja pemicunya berupa dinamika interaksi digital di media sosial.

Paparan terhadap konten pasangan dan tren-tren di media sosial, khususnya TikTok seperti *TikTok standard*, *bare minimum*, dan *marriage is scary* dapat mempengaruhi persepsi tentang standar hubungan (TribunSumsel.com, 2024). Sebagai contoh *content creator* dengan username Arisvara RealAccount dalam kontennya yang dipublikasi pada Januari, 2023 dengan bahasan tentang kasus hubungan pernikahan yang retak akibat seorang istri mengikuti standar TikTok. Pada konten tersebut dijelaskan bahwa banyak *influencer* TikTok yang memberikan standar tidak realistis tentang apa yang harus dimiliki wanita dan laki-laki dalam hubungan romantis. Hal tersebut memicu perbandingan antara pasangan dengan kriteria pasangan yang ada pada konten, seperti perbandingan fisik, materi dan loyalitas, pendidikan, serta *treat* dan *effort* yang diberikan pasangan, sehingga dapat memicu rasa cemburu.

Perasaan cemburu yang disebabkan oleh perbandingan di media sosial tersebut tentunya berpengaruh terhadap kepuasan hubungan romantis suatu individu. Orsley & Simanjuntak, (2022) dalam penelitiannya, menyebutkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kecemburuan dan kepuasan hubungan. Semakin tinggi kecemburuan maka semakin rendah kepuasan dalam hubungan romantis. Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa 75% dari total responden mengalami kecemburuan (Orsley & Simanjuntak, 2022). Dengan demikian, perasaan cemburu baik itu secara langsung maupun melalui perantara media sosial dapat mempengaruhi dinamika di dalam suatu hubungan.

Suatu penelitian juga menyebutkan bahwa *social media jealousy* memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan hidup (*life satisfaction*) pada individu yang sedang menjalin hubungan romantis, dengan kemampuan komunikasi sebagai mediatornya (Kovan, 2023). Melalui media sosial, individu dapat terpapar oleh berbagai konten yang mendorong evaluasi diri dan perbandingan dengan orang lain, sehingga memicu rasa cemburu. Kecemburuan dalam media sosial ini mempengaruhi dinamika kepuasan hidup, terutama menimbulkan perasaan tidak aman dan tidak puas. Bagi individu sedang menjalin hubungan, perasaan ini dapat

memberikan dampak pada kondisi hubungan romantis dengan pasangannya, seperti ketegangan, perasaan tidak nyaman, dan peningkatan konflik. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa *communication skill* yang baik dapat membantu untuk meningkatkan kepuasan hidup melalui pengelolaan terhadap rasa cemburu dan pemberian apresiasi lebih kepada pasangan (Chung & Harris, 2018).

Lebih lanjut, *social media jealousy* dapat menimbulkan konflik yang berpotensi menimbulkan perilaku agresif dan masalah pada kontrol diri. Argumen ini didukung oleh penelitian dari Emond, dkk. (2023) yang meneliti kecemburuan pada media sosial secara *cross-sectional* selama setahun, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media jealousy* berpengaruh secara positif terhadap perilaku *intimate partner violence* pada pasangan muda seiring berjalannya waktu. Akibatnya, perilaku agresif akibat kontrol diri yang rendah ini dapat meningkatkan konflik dan mempengaruhi kualitas hubungan dengan pasangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh penggunaan media sosial dan *social media jealousy* terhadap kualitas hubungan romantis, terutama pada aspek kepuasan hubungan. Fokus kajian ini adalah individu usia dewasa awal yang sedang menjalin hubungan romantis, dengan tujuan mengeksplorasi sejauh kedua faktor independen tersebut mempengaruhi dinamika kepuasan hubungan. Berdasarkan temuan sebelumnya, baik penggunaan media sosial maupun kecemburuan dalam media sosial diketahui memiliki dampak terhadap dinamika kepuasan hubungan, sehingga penelitian ini berangkat dari asumsi serupa.

Penelitian terkait dengan kepuasan hubungan ini telah banyak dilakukan untuk menganalisis hubungan dengan variabel lainnya, termasuk penggunaan media sosial. Namun, tetap terdapat pembaruan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Pertama, penelitian ini mengkaji 2 variabel bebas, yaitu penggunaan media sosial dan *social media jealousy*, yang belum ditemukan dalam studi terkait kepuasan hubungan romantis di Indonesia. Kedua, ditinjau dari penelitian terdahulu, cakupan populasinya kebanyakan masih general, yaitu usia dewasa awal pengguna media sosial saja. Sebaliknya, pada penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah individu usia dewasa awal pengguna aplikasi TikTok yang sedang atau pernah menjalin hubungan romantis dalam 6 bulan terakhir.

Pemilihan media sosial TikTok sebagai platform media sosial dalam penelitian ini adalah karena Indonesia menduduki peringkat pertama dengan pengguna TikTok terbesar di dunia dengan mayoritas usia pengguna ada pada rentang dewasa awal. Selain itu, sistem algoritma TikTok juga unik karena dirancang untuk terus memperbarui topik berdasarkan minat spesifik setiap individu yang berbeda-beda, termasuk tren-tren dalam hubungan romantis yang selalu *update*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk meninjau apakah dinamika kepuasan hubungan romantis dipengaruhi oleh penggunaan media sosial dan kecemburuan dalam media sosial.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan yang ada pada latar belakang, berikut merupakan identifikasi masalah pada penelitian ini:

- a. Media sosial berperan penting dalam kebutuhan komunikasi pada suatu hubungan romantis, tetapi intensitas penggunaan yang berlebihan dapat mengurangi interaksi langsung dengan pasangan dan berpotensi memengaruhi kepuasan hubungan.
- b. Penggunaan media sosial, terutama TikTok, dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kepuasan hubungan romantis. Dampak positifnya adalah sebagai sarana komunikasi dan media untuk mengekspresikan kasih sayang. Sebaliknya, dampak negatif penggunaan aplikasi TikTok terdapat pada perbandingan sosial yang berlebihan terhadap standar yang dianggap ideal di media sosial.
- c. Algoritma sosial media TikTok yang bersifat personal dan adaptif dapat meningkatkan paparan konten romantis kepada pengguna. Hal tersebut berpotensi untuk memengaruhi ekspektasi dalam berhubungan dan membentuk persepsi yang tidak selalu realistis terhadap pasangan dan dinamika hubungan yang tengah dijalani.
- d. *Social media jealousy* dapat muncul akibat paparan konten yang menampilkan standar hubungan yang sempurna menurut TikTok, sehingga memungkinkan timbulnya konflik dan perasaan kurang terhadap hubungan.

- e. Tingkat penggunaan media sosial TikTok yang tinggi di kalangan dewasa awal dapat membuat individu lebih sensitif terhadap dampak psikologis dari eksposur konten romantis yang ditampilkan, contohnya tekanan sosial, kecemburuan, perasaan tidak aman dalam hubungan, yang akhirnya akan mempengaruhi dinamika kepuasan dalam hubungan.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, ruang lingkup masalah perlu dibatasi demi mendapatkan hasil penelitian yang lebih spesifik. Oleh karena itu, fokus utama dalam penelitian ini adalah untuk meninjau pengaruh penggunaan media sosial dan *social media jealousy* terhadap kepuasan hubungan pada dewasa awal pengguna aplikasi TikTok yang terlibat dalam hubungan romantis.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah pada kajian ini yaitu, apakah penggunaan media sosial dan *social media jealousy* memiliki pengaruh terhadap kepuasan hubungan pada dewasa awal pengguna aplikasi TikTok yang terlibat dalam hubungan romantis?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, peneliti perlu membatasi ruang lingkup masalah demi mendapatkan hasil penelitian yang lebih spesifik. Oleh karena itu, fokus utama dalam penelitian ini adalah untuk meninjau pengaruh penggunaan media sosial dan *social media jealousy* terhadap kepuasan hubungan pada dewasa awal pengguna aplikasi TikTok yang terlibat dalam hubungan romantis.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu psikologi pada bidang psikologi interpersonal dan psikologi sosial, khususnya pada topik bahasan kepuasan hubungan dan media sosial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk kepentingan ilmiah serta kajian dalam penelitian-penelitian berikutnya. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang berkontribusi pada kepuasan hubungan yang sedang menjalani hubungan romantis dan menggunakan aplikasi TikTok.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi dewasa awal yang sedang menjalin hubungan romantis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pasangan untuk menghindari konflik akibat media sosial, khususnya TikTok. Melalui penelitian ini, individu diharapkan dapat menyadari dampak perbandingan sosial dan kecemburuan dalam media sosial, sehingga dapat bersikap realistis terhadap pasangan dan hubungan romantis yang tengah dijalani.
- b. Bagi konselor atau psikolog, penelitian ini diharapkan dapat membantu konselor atau psikolog dalam mengatasi permasalahan dalam hubungan romantis yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan kecemburuan digital.