

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, media sosial telah menjadi satu dengan keseharian manusia. Keberadaan media sosial mempermudah manusia untuk saling terhubung dan berinteraksi tanpa harus bertemu secara tatap muka. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024) melaporkan bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia, dengan persentase sebesar 29,68%. Laporan NapoleonCat (2025) menunjukkan bahwa per Maret 2025, pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh perempuan, yaitu sejumlah 54,2% dari 90.183.200 pengguna. Selisih terbesar antara jumlah pengguna Instagram perempuan dan laki-laki berada di kelompok usia 18-24 tahun, dimana pengguna perempuan memimpin dengan persentase sebesar 18,7% atau sejumlah 16.900.000 pengguna.

Santrock (2019) mengemukakan bahwa individu yang berusia 10 hingga 21 tahun adalah remaja. Sehingga, data di atas menunjukkan bahwa banyak remaja perempuan di Indonesia yang menggunakan Instagram. Sejalan dengan temuan tersebut, Bryant et al. (dalam Gioia et al., 2023) mengemukakan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk interaksi sosial serta mengisi waktu luang remaja. Banyak aktivitas yang dapat dilakukan oleh remaja di Instagram. Instagram dapat menjadi tempat bagi remaja untuk mengekspresikan diri mereka sekaligus menjadi tempat bagi remaja untuk mengeksplorasi identitas diri mereka (Zheng, dalam Balamurugan & Vijayarani, 2025). Hal ini sejalan dengan salah satu tugas perkembangan remaja menurut Erikson, yaitu untuk mencari identitas diri (Santrock, 2019).

Banyak konten yang dapat dikonsumsi remaja di dalam aplikasi Instagram. Zheng (dalam Balamurugan & Vijayarani (2025) berpendapat bahwa pengguna muda Instagram sering melihat konten dari *influencer*, selebriti, *brand-brand* fesyen, serta konten-konten yang berkaitan dengan gaya hidup dan tren kecantikan. Hal ini kemudian dapat memengaruhi preferensi serta perilaku konsumsi mereka. Instagram juga menjadi salah satu tempat untuk

mempopulerkan dan memperkuat standar sosial yang tidak realistis mengenai standar penampilan fisik perempuan, seperti harus menjadi sangat kurus dan sangat cantik (Seekis & Barker, dalam Yao et al., 2024). Konsumsi konten penampilan tubuh di media sosial yang berlebih dapat memicu remaja menginternalisasikan bentuk penampilan tubuh yang menjadi standar di media sosial ke tubuh mereka sendiri. Hal ini dapat memengaruhi bagaimana mereka memandang tubuh sendiri, menjadikan standar kecantikan yang ada di media sosial menjadi penampilan ideal mereka. Rousseau dan Eggermont (dalam Zhu, 2023) mengemukakan bahwa individu yang merasa penampilan tubuhnya jauh dari penampilan idealnya berpotensi akan membandingkan penampilan aktualnya dengan penampilan ideal tersebut, yang mana dapat memberikan dampak buruk ke dirinya sendiri.

Masa remaja merupakan masa dimana kondisi fisik mengalami paling banyak perubahan. Perubahan kondisi fisik dapat membuat remaja menjadi sensitif terhadap perubahan yang terjadi pada dirinya serta bagaimana pendapat orang lain mengenai perubahan tersebut (Üstündağ & Karaarslan, 2023). Kondisi fisik yang mengalami perubahan dapat mendorong remaja untuk lebih memperhatikan penampilan mereka. Sejalan dengan itu, Paramesti dan Savitri (2022) remaja perempuan, khususnya remaja akhir, memiliki kecenderungan untuk menjadi peka terhadap penampilan mereka serta memperhatikan wajah mereka.

Selain itu, Paramesti dan Savitri juga menjelaskan bahwa remaja perempuan memperhatikan bagaimana pandangan orang lain terhadap penampilan mereka, seperti memikirkan apakah tubuh yang dimiliki sesuai dengan yang diinginkan oleh orang lain mengenai tubuhnya, serta bagaimana pendapat orang lain terhadap wajahnya, suka atau tidak suka (Paramesti & Savitri, 2022). Penekanan terhadap pandangan orang lain mengenai penampilan remaja dapat dikaitkan dengan *social appearance anxiety*. Hart et al. (2008) merumuskan *social appearance anxiety* sebagai ketakutan terhadap penilaian negatif terhadap penampilan individu. Hal ini mencakup penampilan individu secara keseluruhan, seperti fitur dan ukuran wajah, warna kulit, maupun aspek fisik seperti tinggi dan berat badan serta struktur otot.

Kizilkaya dan Özkaya (2023) mengemukakan bahwa *social appearance anxiety* umumnya terjadi di masa remaja. Hal ini dapat dikaitkan dengan penerimaan sosial. Çakmak & Sakarya (dalam Üstündağ, Kanik, & Çinar, 2024) mengemukakan bahwa pada remaja, penerimaan sosial merupakan hal yang krusial. Remaja berpikir bahwa cara yang paling efektif untuk dikagumi oleh teman serta lawan jenis mereka dalam membangun komunikasi yang efektif adalah melalui tubuh mereka.

Social appearance anxiety dapat memengaruhi bagaimana remaja berinteraksi dengan sosialnya. Remaja yang mengalami *social appearance anxiety* dapat mengembangkan perasaan malu untuk membangun pertemanan, cenderung menjadi individu yang pasif dalam berinteraksi, serta dapat membuat remaja mengembangkan kelekatan *insecure* dan *avoidant* terhadap teman-temannya (Üstündağ & Karaarslan, 2023). Cook, Buehler, dan Blair (dalam Santrock, 2019) mengemukakan bahwa hubungan dengan teman dapat memengaruhi kesejahteraan remaja. Ketika remaja tidak berhasil mengembangkan hubungan yang akrab dengan teman-temannya, mereka akan mengalami kesepian dan mengalami penurunan *self-worth* (Sullivan; dalam Santrock, 2019). Selain itu, *social appearance anxiety* juga menjadi salah satu prediktor dari depresi (Hart et al., 2008).

Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2024 menunjukkan bahwa daerah urban merupakan wilayah dengan tingkat penetrasi internet terbesar di Indonesia. Adapun persentase penetrasi internet daerah urban di Indonesia adalah sebesar 69,5%. Jabodetabek, yaitu kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, merupakan wilayah dengan konsentrasi urban yang terbesar di Indonesia (Rustiadi et al., 2015). Perkembangan yang pesat dalam lingkungan perkotaan membuat remaja harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan, tuntutan, serta tekanan yang diberikan oleh lingkungan (Pribadi, 2019).

Instagram merupakan media sosial yang berfokus pada visual dan penampilan. Konten yang diunggah ke Instagram umumnya berbentuk foto atau video, seperti *selfie*, foto pemandangan, dan sebagainya. Yau dan Reich (dalam Nesi et al., 2021) berpendapat bahwa media sosial berbasis visual memperparah

penekanan remaja terhadap penampilan mereka dengan cara mendorong remaja untuk menyeleksi *selfie* yang mereka unggah ke Instagram, serta membuat remaja menampilkan diri semenarik mungkin untuk mendapatkan penerimaan dari teman-temannya.

Dalam Instagram, tekanan yang dapat dialami remaja meliputi tekanan untuk terlihat sempurna dan memenuhi standar yang dibentuk oleh media sosial, seperti memiliki banyak teman, *followers*, serta mendapatkan jumlah komentar dan suka yang banyak di unggahan mereka (Kesuma & Kalifia, 2024). Sehubungan dengan itu, survei yang dilakukan oleh YMCA menunjukkan bahwa sekitar 60% remaja mengaku bahwa mereka memiliki tekanan untuk terlihat 'sempurna' di media sosial (Mirror, 2018). Salah satu upaya yang dilakukan remaja untuk menyesuaikan diri dengan tekanan tersebut adalah dengan melakukan pengeditan *selfie* sebelum mengunggahnya ke media sosial. Papapanou et al. (2023) mengungkapkan bahwa dalam mengunggah *selfie* ke media sosial, individu umumnya memilih foto terbaik dan paling menarik, serta mungkin saja sebelumnya sudah diedit dan diperbaiki terlebih dahulu. Tekanan untuk menjadi sempurna tersebut dapat mendorong remaja mengalami kecemasan (Weihert, 2018). Pada Instagram yang berbasis visual, kecemasan yang dapat muncul akibat tekanan tersebut adalah kecemasan terhadap penampilan sosial.

Perilaku mengedit foto sebelum mengunggahnya ke media sosial tersebut sering disebut sebagai *selfie-editing*. *Selfie-editing* adalah proses memperbaiki *selfie* menggunakan program komputer atau aplikasi di ponsel pintar (Chae, 2017). Proses tersebut meliputi penggunaan filter, penghilangan jerawat atau noda di wajah, membuat wajah menjadi lebih tirus, serta membuat mata menjadi lebih besar. Beberapa aplikasi pengedit foto, seperti Meitu, Snow, PicsArt, dan BeautyCam menyediakan fitur-fitur yang dapat memperbaiki bagian dari wajah yang dianggap mengganggu seperti jerawat, kantung mata, meniruskan pipi, mengecilkan hidung dan mata, memutihkan wajah dan gigi, serta berbagai fitur-fitur lain yang dapat membuat individu merasa lebih puas dengan hasil *selfie* mereka. Praktik *selfie-editing* menjadi hal yang umum dilakukan dalam menggunakan media sosial berbasis visual untuk menciptakan citra diri yang ideal (Fastoso et al., dalam Ismail, 2024).

Penelitian-penelitian terdahulu (Chae et al.; dalam Gioia, McLean, Griffiths, & Bousier, 2023) menemukan bahwa perempuan lebih aktif dalam mengedit foto dan menggunakan filter-filter fotografi dibandingkan laki-laki. Hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan kepada 18 remaja perempuan pengguna Instagram melaporkan bahwa terdapat 7 (38,9%) dari 18 responden yang pernah melakukan pengeditan foto sebelum diunggah ke Instagram. Kemudian, pada pertanyaan “Seberapa sering anda mengedit foto anda sebelum mengunggahnya ke Instagram?”, terdapat 3 responden (16,7%) yang menjawab “sering”, 3 responden lain (16,7%) menjawab “cukup sering”, 4 responden (22,2%) menjawab “tidak pernah”, dan 8 responden (44,4%) menjawab “jarang”. Hasil studi pendahuluan tersebut menunjukkan bahwa *selfie-editing* merupakan salah satu bentuk aktivitas yang dilakukan remaja perempuan dalam menggunakan media sosial.

Ismail (2024) mengemukakan bahwa meskipun remaja menganggap pengeditan foto adalah cara untuk meningkatkan daya tarik mereka, perilaku tersebut seringkali menyebabkan meningkatnya ketidakpuasan terhadap penampilan asli mereka serta harga diri mereka secara keseluruhan. Selain itu, penelitian Jieh dan Idang (2022) melaporkan bahwa *selfie-editing* merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi peningkatan *social appearance anxiety*. Semakin sering remaja melakukan pengeditan *selfie*, mereka akan semakin terpapar dengan penampilan sempurna mereka sehingga menimbulkan ketidaksesuaian antara diri mereka yang sebenarnya dengan diri mereka yang diciptakan untuk menyesuaikan standar yang ada di media sosial, yang kemudian meningkatkan perasaan negatif, salah satunya adalah kecemasan terhadap penampilan sosialnya (Jieh & Idang, 2022). Sebanyak 2 responden dalam studi pendahuluan melaporkan bahwa mereka merasa tidak nyaman untuk mengunggah *selfie* tanpa mengedit bagian apapun dari foto tersebut. Salah satu responden mengungkapkan alasannya adalah karena merasa hasil foto dan wajah kurang bagus apabila tidak menggunakan filter dan mengeditnya.

Beberapa penelitian luar telah meneliti hubungan *selfie-editing* dengan *social appearance anxiety* di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Jieh dan Idang (2022) terhadap mahasiswa di Malaysia menghasilkan hubungan positif

yang signifikan antara perilaku mengedit *selfie* dengan tingkat *social appearance anxiety* individu. Semakin tinggi frekuensi seseorang mengedit *selfie* sebelum mengunggahnya ke internet, semakin tinggi pula tingkat *social appearance anxiety* individu. Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa *social appearance anxiety* dipengaruhi oleh perilaku mengedit *selfie* sebesar 5,5%. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian eksperimen sebelumnya oleh Shome, Vadera, Male, dan Kapoor (2019) yang menghasilkan bahwa individu yang mendapatkan kesempatan untuk foto ulang dan mengedit *selfie* mereka sebelum mengunggahnya ke media sosial mengalami penurunan kecemasan sosial. Penelitian lain yang menghubungkan antara *personal photo editing* dengan *social appearance anxiety* pada wanita juga menghasilkan hubungan positif yang signifikan (Al-Saliti et al., 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat mengedit foto berhubungan dengan meningkatnya kecemasan individu terhadap penampilan mereka, dan kurangnya penggunaan manipulasi foto menandakan rendahnya tingkat kecemasan penampilan individu serta besarnya tingkat kepuasan individu terhadap penampilan mereka.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut, diketahui bahwa perilaku mengedit foto berkorelasi dengan *social appearance anxiety* meskipun masih terdapat inkonsistensi temuan penelitian tersebut. Terdapat penelitian yang menghasilkan hubungan positif antara perilaku *selfie-editing* dengan *social appearance anxiety*, serta terdapat penelitian yang menghasilkan hubungan negatif antara perilaku *selfie-editing* dengan *social appearance anxiety*. Selain itu, penelitian-penelitian yang telah dilakukan hanya meneliti mengenai hubungan antara perilaku *selfie-editing* dengan *social appearance anxiety*. Belum ada penelitian di Indonesia yang secara langsung menguji apakah perilaku *selfie-editing* memiliki pengaruh terhadap *social appearance anxiety*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh perilaku *selfie-editing* terhadap *social appearance anxiety*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh perilaku *selfie-editing* terhadap kecenderungan *social appearance anxiety* melalui penelitian ilmiah dengan judul “Pengaruh Perilaku

Selfie-Editing terhadap Kecenderungan *Social Appearance Anxiety* pada Remaja Perempuan Pengguna Instagram”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti menyimpulkan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Paparan media mengenai standar kecantikan berpotensi membuat remaja menginternalisasikan standar kecantikan yang dibentuk oleh media sosial ke dalam tubuh mereka.
- b. Internalisasi standar kecantikan dari media sosial dapat mempengaruhi bagaimana remaja memandang citra tubuhnya serta memicu munculnya *social appearance anxiety*.
- c. Terdapat remaja perempuan yang merasa ragu untuk mengunggah *selfie* ke Instagram karena takut akan penilaian dari orang lain.
- d. Terdapat remaja perempuan yang mengedit fotonya terlebih dahulu sebelum mengunggah ke media sosial dan merasa tidak nyaman apabila mengunggah *selfie* tanpa mengedit terlebih dahulu.
- e. Perilaku *selfie-editing* dapat meningkatkan kecenderungan remaja perempuan mengalami *social appearance anxiety*.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian terfokus pada permasalahan inti serta agar pembahasannya tidak keluar dari topik penelitian, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini pada pengaruh perilaku *selfie-editing* terhadap kecenderungan *social appearance anxiety* pada remaja perempuan pengguna Instagram.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh dari perilaku *selfie-editing* terhadap kecenderungan *social appearance anxiety* pada remaja perempuan pengguna Instagram?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku *selfie-editing* terhadap kecenderungan *social appearance anxiety* pada remaja perempuan pengguna Instagram.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah teori, wawasan, serta pengetahuan dalam bidang ilmu psikologi, khususnya cabang ilmu psikologi yang berkaitan dengan topik penelitian ini, yaitu psikologi perkembangan mengenai tahap perkembangan remaja, penelitian mengenai *social appearance anxiety*, serta penelitian mengenai perilaku *selfie-editing*.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Remaja Perempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, pengetahuan, serta pemahaman bagi remaja atau masyarakat umum mengenai *selfie-editing* dan *social appearance anxiety*, sehingga dapat mencegah terjadinya dampak buruk dari perilaku *selfie-editing* yang berlebih pada remaja perempuan, serta mengurangi tendensi remaja dalam mengalami *social appearance anxiety*.

b. Bagi Praktisi Psikologi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu praktisi psikologi memahami pengaruh *selfie-editing* terhadap kecenderungan *social appearance anxiety* pada remaja perempuan, sehingga dapat mempertimbangkan untuk menyusun rancangan psikoedukasi atau intervensi lain mengenai perilaku *selfie-editing* dan *social appearance anxiety*.