

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral atau penting dalam kehidupan sehari-hari. Statistika melaporkan bahwa banyak penduduk menggunakan media sosial, khususnya di Indonesia yang semakin meningkat (Degenhard, 2023; dalam Ardelia & Jaro'ah, 2023). Berdasarkan data *Digital 2026 Report*, penggunaan media sosial semakin melonjak tiap tahunnya. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial bertumbuh sekitar 26% di Indonesia, yaitu mencapai sekitar 180 juta jiwa atau setara dengan 62,9% dari populasi yang ada di Indonesia. Beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia di antaranya WhatsApp, TikTok, YouTube, dan Snack Video (We Are Social & Meltwater, 2024). Di sisi lain, APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menyatakan bahwa waktu penggunaan internet sekitar 1-5 jam per hari, dengan penggunanya terdiri dari berbagai macam usia. Pengguna internet lebih banyak digunakan pada individu berusia 13-18 tahun atau 19-34 tahun. Namun, dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa pengguna media sosial lebih banyak digunakan oleh individu di *emerging adulthood* (Laily, Santi, & Ananta, 2024).

Tujuan digunakannya media sosial oleh masyarakat tidak hanya sebagai tempat untuk berbagi obrolan ataupun pesan agar saling terkoneksi, akan tetapi juga digunakan untuk menonton video, memberikan komentar, melihat berbagai merek dari iklan berbayar, berbelanja, serta tempat untuk mengakses *AI* (We Are Social & Meltwater, 2024). Selain itu, media sosial juga digunakan sebagai medium untuk mengenali dan mengekspresikan diri. Hal ini dikarenakan dunia maya dikenal lebih fleksibel dan minim akan tekanan, membuat individu dapat lebih mengeksplorasi diri dengan berbagai situasi atau kebutuhan (Regita, Luthfiyyah, & Marsuki, 2024; dalam Pasenrigading, Nur, & Daud, 2025).

Penggunaan media sosial ini melibatkan berbagai macam usia. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk berinteraksi dengan orang lain yang dapat memberikan dampak positif yaitu dapat memudahkan interaksi, memperluas relasi, dapat lebih mudah mengekspresikan diri, dan membantu dalam penyebaran dan pencarian informasi. Namun, media sosial dapat memberikan dampak negatif yaitu kecanduan media sosial (Ardiansah & Maharani, 2021; Cahyono, 2016; Andreassen, dkk., 2017; dalam Laily, Santi, & Ananta, 2024). Dari berbagai kelompok usia tersebut, *emerging adulthood* menjadi salah satu kelompok usia yang paling banyak menggunakan media sosial.

Emerging adulthood adalah fase perkembangan individu yang berada di usia 18-29 tahun, di mana merupakan masa transisi dari remaja akhir menuju dewasa awal (Arnett, 2013; dalam Laily, Santi, & Ananta, 2024; Arnett, Žukauskienė, & Sugimura, 2014). Pada fase ini, fenomena pengungkapan emosi menggunakan media sosial secara intens banyak ditemukan pada kelompok usia muda. Pada tahap ini, individu ingin mengekspresikan, mengeksplorasi, dan mencari identitas diri, serta sebagai sarana untuk penampilan dan presentasi di media sosial (Yang, et al., 2017). Oleh karena itu, media sosial yang digunakan oleh individu pada fase *emerging adulthood* ini tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga merupakan sarana pengungkapan emosi, pengekspresian diri, dan mendapatkan dukungan sosial dari orang lain.

Pada tahap ini, individu berada pada masa eksploratif dan ketidakstabilan, di mana individu akan mengalami perubahan tentang tugas perkembangannya. Perubahan tersebut mencakup karir, hubungan dengan orang lain, membuat keputusan, serta mencapai kematangan secara emosional. Akan tetapi, masa ini juga individu berada pada fase di mana mengalami berbagai macam perasaan, baik senang, sedih, berharap, dan juga cemas dalam menghadapi tantangan menjadi dewasa (Miller, 2011; dalam Laily, Santi, & Ananta, 2024). Menurut Arnett (2004), fase ini ditandai dengan eksplorasi identitas diri, ketidakstabilan, fokus kepada diri sendiri, perasaan di antara remaja dan dewasa, serta kondisi banyaknya harapan dan kemungkinan akan

masa depan. Karakteristik ini yang membuat individu mencari ruang untuk menampilkan dan mengeksplorasi diri, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Media sosial bukan hanya digunakan sebagai tempat komunikasi atau pencarian informasi, tetapi juga digunakan untuk tempat individu mengekspresikan diri, membentuk persona, dan mencari validasi dari orang lain di media sosial berupa komentar, *likes*, maupun pujian ketika membagikan pengalaman pribadi (Hasanati & Aviani, 2020; Nugraeni, 2024; Listyowantira & Ardi, 2018; dalam Shafira & Ardelia, 2025).

Dalam konteks saat ini, penggunaan media sosial mendorong individu untuk membagikan kisah, pengalaman, perasaan, dan kondisi pribadi individu kepada orang lain dengan tujuan memperoleh dukungan, perhatian, atau respon sosial. Perilaku ini disebut dengan *self-disclosure*. Menurut DeVito (2014; dalam Fortuna dan Aisyah, 2025), *self-disclosure* adalah pengungkapan diri individu dengan mengkomunikasikan informasi mengenai dirinya kepada orang lain, berupa nilai, keyakinan, dorongan, kualitas, perilaku ataupun karakteristik individu tersebut. *Self-disclosure* biasanya dilakukan dengan sengaja kepada orang lain dan hanya dilakukan kepada orang-orang yang cukup dikenal (Greene, Derlega, & Mathews, 2006). Namun sekarang, *self-disclosure* dapat dilakukan kepada orang yang tidak dekat, seperti melakukan pengungkapan diri di media sosial (Fortuna dan Aisyah, 2025). Dengan meluasnya penggunaan media sosial, pengungkapan diri dapat dilakukan secara instan dan dalam intensitas yang lebih sering dibandingkan dengan sebelumnya yang memiliki tujuan untuk memperoleh dukungan serta keintiman (Walsh, Forest, & Orehek, 2020).

Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa individu cenderung mengungkapkan dirinya apabila berada dalam situasi emosional yang intens yang dapat mendorong timbulnya penggambaran yang berlebihan untuk menarik dukungan dari orang lain di media sosial. Hal ini berbeda dengan pengungkapan diri secara *offline* atau tatap muka, yang bisa saja menimbulkan risiko penolakan, pengabaian, atau pemanfaatan kepada diri mereka (Walsh, Forest, & Orehek, 2020).

Sebelum berkembangnya media sosial, individu memperoleh dukungan emosional dengan menceritakan masalah pribadi ke orang terdekat, seperti keluarga maupun teman (Valkenburg & Peter, 2007; dalam Shabahang, 2023). Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, menjadikan media sosial tersebut sebagai salah satu sarana bagi individu untuk dapat mengekspresikan emosi (Rimé, Philippot, Boca, & Mesquita, 1992; dalam Shabahang, 2023). Ketika peningkatan penggunaan media sosial disertai pengungkapan diri yang intens dan berlebihan, hal ini dapat berkembang menjadi fenomena baru, yaitu kecenderungan *sadfishing*.

Kecenderungan *Sadfishing* diartikan sebagai kecenderungan individu untuk mempublikasikan kondisi emosional secara berlebihan di media sosial dengan tujuan untuk mencari perhatian, dukungan, simpati dari orang lain. Publikasi yang dilakukan dapat berupa unggahan mengenai pengalaman, perasaan, kondisi emosional, dan tantangan interpersonal (Coughlan, 2019; dalam Petrofes, 2021; Shabahang et al., 2023). Hal ini didukung oleh penelitian Petrofes (2021) yang menunjukkan individu yang memiliki kecenderungan *sadfishing* cenderung memposting konten emosional untuk memperoleh perhatian, simpati, dukungan, dan validasi. Secara umum, tujuan individu melakukan kecenderungan *sadfishing* yaitu untuk memperoleh perhatian, simpati, dukungan sosial, validasi, atau respon lainnya melalui unggahannya di media sosial. Dengan demikian, tidak semua individu yang mengunggah emosi negatif di media sosial dapat dikategorikan sebagai individu dengan kecenderungan *sadfishing*, melainkan hanya pengungkapan yang memiliki karakteristik berupa mengunggah pengalaman emosional negatif secara berlebihan, bersifat pribadi, dan dilakukan dengan tujuan mendapatkan simpati dari orang lain (Shabahang et al, 2023).

Istilah kecenderungan *sadfishing* pertama kali diperkenalkan oleh Rebecca Reid tahun 2019 melalui postingan Kendall Jenner di Instagram mengenai jerawatnya (Coughlan, 2019; dalam Petrofes, 2021). Postingan tersebut dianggap tidak memiliki ketulusan dan hanya sebagai sarana untuk mendapatkan pengikut, *likes*, atau bahkan merupakan kemitraan berbayar dengan merek perawatan kulit tertentu (Gibbons & Boyd, 2019; dalam

Petrofes, 2021). Sehingga dianggap sebagai fenomena kecenderungan *sadfishing* yang hanya memancing perhatian orang lain. Kecenderungan *sadfishing* memiliki beberapa dampak positif di antaranya yaitu, individu mendapatkan dukungan dari orang lain, menjadi sarana untuk mengekspresikan emosinya, dan sebagai alternatif komunikasi yang bisa digunakan apabila individu lebih memilih pengungkapan diri secara *online* dibandingkan dengan *offline*.

Walaupun begitu, dibalik beberapa dampak positif yang dimiliki, kecenderungan *sadfishing* juga memiliki beberapa dampak negatif, yaitu individu dapat menjadi korban perundungan siber, penguntitan dan eksploitasi kriminal (pencurian identitas) akibat pengungkapan diri berlebihan. Selain itu, individu juga mengalami bahaya interpersonal yaitu umpan balik yang kritis dari orang lain serta beragam stigma yang didapatkan di lingkungan sosial. Kecenderungan individu melakukan *sadfishing* dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan perhatian dan simpati dari orang lain. Selain itu, kecemasan dan depresi yang dialami individu mendorong mereka untuk melakukan pengungkapan diri berlebihan terkait kondisi emosinya kepada orang lain. Hal ini dimaksudkan untuk respon berupa perhatian, simpati, ataupun dukungan dari orang lain (Shabahang et al, 2023). Dengan demikian, *sadfishing* memiliki beberapa dampak, baik positif maupun negatif bagi setiap individu.

Selanjutnya, penelitian ini berfokus pada individu yang berada pada fase *emerging adulthood*. Pada fase ini, individu yang berada di masa ketidakstabilan, perasaan diantara, masa eksplorasi diri, masa perubahan situasi akan kemungkinan tertentu, serta masa di mana individu melakukan pencarian validasi sosial. Hal ini didukung dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa individu di fase *emerging adulthood* lebih rentan untuk melakukan pengungkapan emosi di media sosial. Pada penelitian Rasmussen et al. (2019), Individu pada fase ini melakukan pengungkapan emosi sebagai wadah untuk mengungkapkan stres, mengurangi tekanan yang dialami, serta sebagai wadah penyaluran emosi negatif yang mereka miliki. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Yang, Holden, dan Carter (2017) yang menyatakan

bahwa media sosial menjadi tempat bagi *emerging adulthood* untuk menampilkan citra diri, mengeksplorasi identitas, pengungkapan diri, serta pencarian respon dari orang lain. Kondisi ini menjadikan individu pada fase *emerging adulthood* lebih rentan untuk melakukan pengungkapan emosi secara berlebihan di media sosial yang dapat berkembang menjadi fenomena kecenderungan *sadfishing*.

Dalam Petrofes (2021) juga didapatkan bahwa individu pada fase *emerging adulthood* menggunakan media sosial untuk membangun dan mempertahankan hubungan sosial dengan orang lain. Pada fase ini, penggunaan media sosial juga diiringi dengan kecenderungan *sadfishing* untuk memperoleh simpati, dukungan, dan persetujuan oleh teman melalui pengungkapan emosi di media sosial. Hal inilah yang berkembang menjadi fenomena kecenderungan *sadfishing*. Oleh karena itu, *emerging adulthood* menjadi kelompok yang relevan untuk diteliti, khususnya terkait dengan kecenderungan *sadfishing*.

Selanjutnya, untuk memperoleh gambaran awal mengenai fenomena tersebut, peneliti melakukan studi pendahuluan kepada individu yang berada pada fase *emerging adulthood* melalui kuesioner *google form*. Dari studi pendahuluan tersebut diperoleh responden sebanyak 67. Hasil menunjukkan bahwa sekitar 26,9% responden menggunakan 3-5 jam media sosial serta 49,3% responden lebih dari 5 jam. Media sosial yang digunakan antara lain, yaitu TikTok, Instagram, X, WhatsApp, dan Facebook. Dari berbagai platform tersebut, 92,5 % menyatakan bahwa mereka pernah mengunggah postingan untuk mencurahkan perasaan pribadi di media sosial, di mana 74,6% responden menyatakan bahwa mereka kadang-kadang melakukan hal tersebut, sementara sisanya menyatakan berada di intensitas sering dan sangat sering. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dipilih sebagai sarana yang digunakan oleh individu untuk mencurahkan perasaan emosional.

Dari hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan, didapatkan bahwa sebagian responden menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengungkapkan emosi negatif yang merupakan pengalaman pribadi, berupa perasaan sedih, kecewa, kesepian, putus asa, frustrasi, perasaan gagal, tidak

dipahami, dan stres. Hal yang menjadi alasan individu pada akhirnya menggunakan media sosial untuk mengungkapkan emosi tersebut dibandingkan dengan tatap muka yaitu takut membebani, tidak terbiasa menjelaskan secara panjang, merasa lebih bebas, tidak punya teman untuk bercerita, dan ingin mencurahkan perasaan yang dimiliki tanpa menyinggung orang lain, serta kesulitan dalam mengungkapkan emosional secara real dengan orang lain.

Dalam survei tersebut juga menunjukkan bahwa beberapa responden merasa lebih senang apabila mendapatkan *feedback* seperti, pertanyaan tentang kondisi mereka, masukan, validasi, perhatian dan didengarkan, serta pemberian dukungan dan kata-kata penyemangat. Namun, terdapat juga responden yang menyatakan bahwa mereka mengunggah emosi negatif hanya sebagai bentuk ekspresi diri tanpa mengharapkan respon orang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak semua individu yang mengunggah emosi negatif di media sosial memiliki tujuan untuk memperoleh perhatian dan validasi orang lain. Sebagian individu menggunakan media sosial hanya untuk mengekspresikan diri, sedangkan yang lainnya mengharapkan adanya respon tersebut yang sesuai dengan karakteristik kecenderungan *sad fishing*.

Selanjutnya, dari data wawancara diketahui individu menggunakan bentuk postingan seperti story, lirik lagu, caption, foto, video, postingan sedih, dan masih banyak lagi untuk mengekspresikan emosi negatif yang mereka alami. Dengan mengunggah hal tersebut di media sosial, responden merasa lega, tenang, dan bisa mengungkapkan emosinya tanpa tatap muka. Selain itu, dengan membuat postingan tersebut, responden memperoleh respon berupa perhatian dan simpati dari orang lain. Bentuk respon yang diperoleh yaitu chat pribadi, *like*, *emoticon*, dukungan sosial, tanda *love* dan bentuk lainnya. Dengan begitu, responden pada akhirnya merasa bahwa perasaan yang mereka ungkapkan tervalidasi dan dipahami. Sebaliknya, dari studi pendahuluan menunjukkan bahwa ketika individu tidak mendapatkan respon dari orang lain, sebagian menyatakan bahwa mereka biasa saja. Namun sebagian lainnya menyatakan bahwa mereka merasa sedih, kecewa, kesepian, meragukan diri sendiri, menganggap diri berlebihan, dan merasa tidak dipedulikan.

Inilah yang dapat mendorong responden untuk menggunakan media sosial secara intens dan mengunggah postingan berisi tentang kondisi emosional negatif dengan tujuan mendapatkan respon agar merasa dipahami dan divalidasi. Dari data tersebut disimpulkan penggunaan media sosial intens dan pencurahan emosional negatif yang tinggi serta keinginan untuk mendapatkan respon dari orang lain dapat berkembang menjadi kecenderungan *sadfishing*.

Tendensi *sadfishing* tidak muncul begitu saja, tetapi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis. Kebutuhan akan respon dari orang lain tersebut bisa mengakar dari kebutuhan individu untuk terikat atau *attachment* kepada orang lain. Salah satu faktor yang berkaitan yaitu *preoccupied style*. Dalam penelitian ini, konsep *attachment* mengacu pada teori Bartholomew dan Horowitz (1991). Oleh karena itu, istilah *anxious attachment* disesuaikan menjadi *preoccupied style*. Individu dengan *preoccupied style* menginginkan adanya hubungan sosial yang lebih dibandingkan dengan individu dengan *avoidant attachment* yang cenderung menolak hubungan sosial dengan orang lain (Norberg et al., 2018; dalam Amelia & Sahrani, 2023). *Preoccupied style* merupakan kebutuhan yang kuat pada individu akan keintiman dengan orang lain dan memiliki kecemasan akan perpisahan pada figur keterikatan (Brennan et al., 1998; dalam Huang, Yang, & Wu, 2025). Kondisi tersebut membuat individu memiliki keinginan kuat untuk bergantung dan dekat dengan orang lain (Hudson & Fraley, 2016; dalam Amelia & Sahrani, 2023).

Ketergantungan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ketergantungan emosional terhadap figur keterikatannya, yaitu dengan menjadikan figur keterikatan tersebut sebagai sumber perlindungan emosional serta berusaha untuk memperoleh perhatian, kepedulian, dan dukungan dengan cara melekat (*clinging*), mengontrol (*controlling responses*), dan berbagai upaya kognitif untuk mempertahankan kedekatan dan meminimalkan jarak dengan figur keterikatannya (Hazan & Shaver, 1993). Pemikiran tersebut berkaitan dengan perasaan tidak layak untuk mendapat cinta dari orang lain, kebutuhan akan validasi, dan kekhawatiran apabila tidak dicintai dan ditinggalkan yang selanjutnya dapat membuat individu merasakan

ketidakamanan yang intens (Sherly & Suryadi, 2022; dalam Amelia & Sahrani, 2023). Dalam penelitian ini, *preoccupied style* dibatasi pada kecenderungan individu yang memiliki kekhawatiran akan penolakan dan ditinggalkan, kebutuhan tinggi akan kedekatan dan respon dari orang lain seperti, perhatian, simpati, validasi, dan dukungan dari figur keterikatan atau orang lain.

Individu yang mengalami *preoccupied style* dikaitkan dengan *hyperactivity strategy*. *Hyperactivity strategy* adalah strategi yang digunakan oleh orang anxious untuk mempertahankan keterikatan, dengan secara berlebihan membesar-besarkan ancaman, peka terhadap penolakan, dan memiliki kebutuhan berlebih akan dukungan dan perhatian dari orang lain (Mikulincer et al., 2003; dalam Liu & Ma, 2019). Menurut teori *attachment*, individu akan mengaktifkan sistem *attachment* apabila individu tersebut mendapatkan ancaman, baik fisik maupun psikologis. Inilah yang berpotensi membuat individu beralih untuk dekat dengan figur keterikatan secara nyata untuk meredakan ketidaknyamanan atau ketidakamanan yang dialami (Bowlby, 1969/1982; Bowlby, 1980; dalam Messina, Calvo, Grecucci, 2023).

Individu dengan *preoccupied style* sering mengalami kesulitan dalam mengenali keadaan emosi mereka sendiri dan cenderung mengalihkan perhatian dari pikiran dan ingatan yang mengancam. Sehingga hal tersebut menyebabkan individu mengalami kesulitan dalam meregulasi emosi secara adaptif. Selain itu, individu dengan *preoccupied style* yang tinggi cenderung meningkatkan emosi mereka, yang seringkali membuat individu bereaksi berlebihan serta mempertahankan tingkat emosi negatif yang tinggi (Mikulincer et al., 2003; dalam Liu & Ma, 2019). Individu yang memiliki *preoccupied style* juga mengaktifkan sistem keterikatan secara berlebihan yang dapat menimbulkan kerentanan dan ketergantungan akan seseorang sebagai salah satu cara yang tidak efektif untuk menarik perhatian dari figur keterikatan (Mikulincer & Shaver, 2016; dalam Messina, Calvo, Grecucci, 2023).

Individu dengan *preoccupied style* menggunakan model kerja negatif terhadap diri sendiri yang berkaitan dengan keyakinan tentang penerimaan diri, sehingga mengalami ketakutan akan isyarat penolakan ataupun ditinggalkan oleh orang lain. Ketika individu dengan *preoccupied style* tidak mendapatkan

kelekatan dari figur utama yang terdekat, ia akan menggunakan strategi sekunder untuk mengatur emosi dan meminimalkan ancaman sesuai dengan pengalaman emosional negatif yang dialami yaitu dengan mengaktifkan strategi hiperaktivasi. Individu yang menerapkan hiperaktivasi strategi biasanya memiliki kebutuhan kuat akan kedekatan dan perhatian pada figur keterikatan. Kondisi tersebut menyebabkan individu mengalami kesulitan meregulasi emosinya secara adaptif dan menggunakan strategi regulasi emosi yang maladaptif (Mikulincer, dkk., 2003; Mikulincer & Shaver, 2007; Cassidy, 1994; dalam Malik, Wells, & Wittkowski, 2015). Sejalan dengan hal tersebut, penelitian oleh Shabahang et al (2023), menunjukkan bahwa kecemasan, depresi, afek negatif, dan pencarian perhatian berkaitan dengan kecenderungan *sad fishing* di media sosial, di mana individu yang mempunyai distress emosional cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana mengekspresikan emosi negatif dan pencarian respon.

Temuan penelitian lain menyatakan bahwa individu yang memiliki *preoccupied style* juga memiliki tingkat disregulasi emosi yang tinggi. Individu yang *preoccupied style* biasanya mengalami ketakutan jika kehilangan keintiman dengan orang lain, sehingga cenderung meningkatkan intensitas ekspresi emosi untuk mendapatkan kedekatan tersebut. Individu akan menerapkan strategi hiperaktivasi di mana mereka akan mencari kedekatan untuk mendapatkan perhatian, dukungan, dan kepedulian, bahkan dengan perilaku yang mengontrol atau melekat. Selain itu, individu yang *preoccupied style* cenderung mengalami emosi negatif yang intens dan lebih banyak teringat akan ingatan negatif, dan merasa sulit untuk menekan perasaan negatif. Karena mengalami kesulitan dalam mengurangi emosi negatif yang intens, individu mungkin memilih beralih menggunakan strategi yang maladaptif (Clear., J et al, 2019; Marganska., Gallagher., & Miranda, 2013). Oleh karena itu, disregulasi emosi diduga menjadi mekanisme yang bisa menjelaskan pengaruh antara individu yang *preoccupied style* dan kecenderungan individu melakukan *sad fishing*.

Kecenderungan individu *preoccupied style* untuk bereaksi berlebihan terhadap emosinya berakar dari bagaimana individu tersebut mengelola

emosinya. Sebelum memiliki inisiatif untuk mengekspresikan emosinya, individu mengalami kesulitan dalam memahami dan mengelola emosi secara internal, sehingga menyebabkan kesulitan dalam meregulasi emosi secara adaptif. Kondisi ini disebut dengan *emotion dysregulation* atau disregulasi emosi. Disregulasi emosi merupakan kondisi ketika individu mengalami kesulitan dalam memahami, menerima, dan mengelola emosi yang dialami serta menggunakan strategi yang kurang adaptif untuk mengendalikan emosinya (Gratz & Roemer, 2004).

Perlu dipahami bahwa individu yang mengalami emosi tertentu cenderung memiliki kebutuhan untuk mengungkapkan pengalaman emosionalnya kepada orang lain. Di era perkembangan media sosial yang semakin luas, memungkinkan media sosial menjadi salah satu wadah untuk individu melakukan pengungkapan emosi tersebut. Oleh karena itu, tidak semua pengguna media sosial memiliki regulasi emosi yang buruk. Bagi sebagian orang, media sosial menjadi wadah untuk dapat mengungkapkan emosinya baik positif maupun negatif, serta mendapatkan dukungan, empati, dan memperkuat hubungan interpersonal dengan orang lain atau figur tertentu (Rime, 2009). Namun, bagi individu yang mengalami kesulitan dalam regulasi emosi, pengungkapan emosi di media sosial dapat dilakukan secara berlebihan dan berpotensi berkembang menjadi kecenderungan sadfishing.

Kesulitan dalam meregulasi emosinya inilah yang mendorong individu untuk mencari alternatif lain sebagai salah satu cara pengungkapan emosi, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Meskipun demikian, tidak semua pengguna media sosial dan individu pada masa *emerging adulthood* mengalami kesulitan dalam meregulasi emosinya. Penggunaan media sosial banyak dilakukan dengan berbagai tujuan, namun penggunaan media sosial sebagai salah satu cara untuk menyalurkan emosi negatif banyak terjadi di individu dengan disregulasi emosi.

Penelitian menunjukkan bahwa individu pada fase *emerging adulthood* menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mengatasi stres dan emosi negatif yang dimiliki. Individu pada fase ini mengalami berbagai tuntutan yang memicu munculnya emosi negatif yang tinggi. Bagi individu yang mengalami

kesulitan dalam meregulasi emosi secara adaptif, media sosial digunakan sebagai tempat untuk mengatasi emosi negatif dan mengurangi stres yang dialami (Rasmussen et al, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Huang, Yang, dan Wu (2025) yang menunjukkan bahwa individu dengan *insecure attachment* khususnya *preoccupied style*, cenderung menggunakan media sosial untuk mendapatkan kedekatan interpersonal dari orang lain sebagai sarana untuk mengatasi emosi negatif yang dimiliki.

Penelitian lain dari Lannattone (2024) juga menyatakan bahwa disregulasi emosi berperan menjadi mediator antara perilaku bermasalah. Individu yang mengalami tekanan dan kesulitan dalam menemukan cara yang adaptif mungkin menggunakan media sosial sebagai strategi untuk mengatasi dan mengatur emosinya. Sehingga dapat meningkatkan perilaku bermasalah dalam bermedia sosial. Perilaku yang kemungkinan impulsif dan kesulitan dalam menahan atau mengatur perilaku impulsif tersebutlah yang menyebabkan disregulasi dapat menjadi mediator yang mendasarinya.

Lebih lanjut, penelitian Yanti dan Sahrani (2025) juga mendukung penelitian tersebut dengan menunjukkan bahwa individu dengan regulasi emosi rendah cenderung lebih sering melakukan *self-disclosure* di media sosial sebagai bentuk penyaluran dan pengekspresian emosi. Dalam penelitian ini, disregulasi emosi dapat menjadi mekanisme yang menjelaskan munculnya kecenderungan *sadvertising*. Hal ini dikarenakan individu yang mengalami kesulitan dalam meregulasi emosinya akan bertindak secara impulsif, dan kurang mempertimbangkan risiko privasi yang akan dihadapi. Sebaliknya, individu yang dapat meregulasi emosinya dengan baik mampu mempertimbangkan risiko atau dampak pada setiap unggahannya di media sosial, mampu mengekspresikan emosi secara positif, tidak mudah terpengaruh emosi orang lain, serta dapat menyesuaikan dengan norma yang berlaku di masyarakat. Kesulitan individu dalam mengelola emosi dapat mendorong individu mencari validasi di media sosial sebagai bentuk penyaluran emosi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kecenderungan pengungkapan emosi negatif yang berlebihan. Ketika pengungkapan emosi negatif di media sosial dilakukan dengan intens dan bertujuan untuk

mendapatkan respon seperti, perhatian, dukungan, dan simpati dari orang lain, Maka *self disclosure* tersebut dapat berkembang menjadi kecenderungan *sadfishing*.

Berdasarkan uraian di atas, individu dengan *preoccupied style* cenderung mengalami kekhawatiran ketika terjadi penolakan ataupun ditinggalkan orang lain, serta kebutuhan akan kedekatan yang tinggi. Sehingga lebih mudah mengalami emosi negatif yang intens. Kondisi ini menyebabkan individu mengalami kesulitan dalam meregulasi emosinya secara adaptif (disregulasi emosi). Sebagai salah satu cara untuk mengurangi emosi negatif yang intens, individu menggunakan media sosial untuk mencari perhatian, simpati, validasi, maupun dukungan dari orang lain. Apabila dilakukan secara berlebihan untuk mendapatkan hal tersebut, kondisi tersebut bisa berkembang menjadi kecenderungan *sadfishing*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Liu & Ma (2019) yang menyatakan bahwa kesulitan dalam meregulasi emosi juga menjadi salah satu faktor risiko untuk kecanduan perilaku, contohnya seperti kecanduan pada internet dan Smartphone, di mana internet berfungsi sebagai sarana individu untuk melarikan diri dari perasaan stres, kecemasan, ataupun depresi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kesulitan dalam regulasi emosi memediasi antara individu yang *preoccupied style* dengan kecanduan dalam bermedia sosial. Dalam mekanisme ini, mereka cenderung mempertahankan emosi negatif dan bereaksi secara berlebihan akibat dari kesulitan regulasi emosi secara nyata. Dengan demikian *emotion dysregulation* menjadi jembatan yang bisa menjelaskan hubungan antara *preoccupied style* dan kecenderungan *sadfishing*. Sehingga *emotion dysregulation* menjadi variabel mediator yang menjelaskan bagaimana pengaruh *preoccupied style* terhadap kecenderungan *sadfishing* pada pengguna media sosial *emerging adulthood*.

Berdasarkan uraian tersebut, individu dengan *preoccupied style* cenderung mengalami kesulitan dalam meregulasi emosi. Kondisi ini dapat mendorong sebagian individu yang mengalami kesulitan dalam meregulasi emosi untuk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan emosinya dan mencari dukungan sosial. Hal ini menyebabkan individu secara

berlebihan mengunggah postingan sebagai bentuk pencarian perhatian dari orang lain yang dikenal dengan fenomena *sadfishing*. Fenomena kecenderungan *sadfishing* penting untuk diteliti karena apabila dilakukan secara terus-menerus, dapat menimbulkan ketergantungan akan validasi dan simpati, serta menimbulkan resiko dalam penggunaan media sosial. Sehingga penting untuk mengetahui faktor psikologis yang mendasari kecenderungan *sadfishing*.

Walaupun beberapa penelitian sudah meneliti tentang hubungan *preoccupied style* dengan penggunaan media sosial, penelitian yang khusus mengkaji kecenderungan *sadfishing* masih terbatas, khususnya pada fase *emerging adulthood*. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada penggunaan media sosial secara umum dan *self-disclosure*. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji *emotion dysregulation* sebagai mediator dalam pengaruh *preoccupied style* terhadap kecenderungan *sadfishing*, khususnya pada individu *emerging adulthood*. Padahal, *emotion dysregulation* menjadi mekanisme yang berfungsi menjelaskan kebutuhan akan kelekatan dengan orang lain dan ketakutan akan penolakan dapat berkembang menjadi kecenderungan *sadfishing*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *preoccupied style* terhadap *sadfishing* pada pengguna media sosial fase *emerging adulthood* dengan *emotion dysregulation* sebagai variabel mediator.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena *sadfishing*, *preoccupied style*, dan *emotion dysregulation* yang sudah dipaparkan di atas, berikut identifikasi permasalahan :

1. Tingginya penggunaan media sosial menjadikan individu yang berada pada fase *emerging adulthood* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri
2. Munculnya fenomena *sadfishing* pada individu pengguna media sosial, yaitu pengunggahan postingan mengenai kondisi emosional, seperti kesedihan, kekecewaan, dan kefrustrasian, dengan tujuan

- untuk mendapatkan respon dari orang lain, berupa simpati, perhatian, dan dukungan orang lain.
3. Adanya variabel *preoccupied style* yang diduga mempengaruhi terjadi *sadfishing*, karena individu memiliki kebutuhan akan kelekatan, kedekatan, serta memiliki ketakutan untuk ditolak atau ditinggalkan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan mendapatkan respon berupa validasi atau perhatian dari orang lain di media sosial.
 4. Disregulasi emosi juga berperan menjadi jembatan yang menjelaskan mekanisme antara *preoccupied style* dan *sadfishing* karena individu yang kesulitan meregulasi emosi secara adaptif menggunakan media sosial secara impulsif sebagai sarana untuk mendapatkan respon dari orang lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh *preoccupied style* terhadap kecenderungan *sadfishing* pada pengguna media sosial *emerging adulthood* dengan disregulasi emosi sebagai mediator. Penelitian ini juga hanya berfokus pada *preoccupied style* sebagai salah satu dimensi *attachment* tanpa membahas dimensi lain, serta disregulasi emosi sebagai faktor yang menjelaskan mekanisme *preoccupied style* dan kecenderungan *sadfishing* tanpa membahas faktor-faktor lain. Selain itu, subjek penelitian dibatasi hanya pada subjek yang berada pada fase *emerging adulthood* (18-29 tahun) dan pengguna media sosial aktif.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *preoccupied style* terhadap kecenderungan *sadfishing* pada pengguna media sosial *emerging adulthood* dengan disregulasi emosi sebagai variabel mediator?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *preoccupied style* terhadap kecenderungan *sadfishing* pada pengguna media sosial *emerging adulthood* dengan disregulasi emosi sebagai variabel mediator

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi terkait dengan kecenderungan *sadfishing* dan pengaruh *preoccupied style* terhadap *sadfishing* dengan disregulasi emosi sebagai mediator pada individu pengguna media sosial *emerging adulthood*.

1.6.2 Manfaat Praktis individu

1. Bagi Individu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi bagi individu terkait dengan kecenderungan *sadfishing* dan pentingnya peran regulasi emosi bagi individu yang mengalami *preoccupied style* sehingga individu dapat dengan baik mengelola emosi dan menggunakan media sosial dengan adaptif.

2. Bagi Pengguna Media Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman pengguna media sosial mengenai kecenderungan *sadfishing* yang sering terjadi pada pengguna media sosial, sehingga lebih bijak dalam mengekspresikan emosi, tujuan pengungkapan tersebut, serta mengelola kebutuhan akan respon orang lain sehingga dapat lebih adaptif dalam bermedia sosial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan pengembangan selanjutnya, baik mengenai *preoccupied style*, disregulasi emosi, maupun kecenderungan *sadfishing*.