

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usia Dewasa awal yang tengah berada pada fase menghadapi masa transisi kehidupan yang penuh dengan tuntutan akademik, awal karir, dan ekspektasi sosial. Sebagai generasi *digital native*, kelompok usia ini sangat terikat dengan dunia maya dalam kesehariannya. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025), tingkat pengguna internet Gen Z mencapai 89,12% angka tertinggi di Indonesia dengan aktivitas utama mengakses media sosial selama 4 hingga 6 jam setiap harinya. Tingginya kerentanan stres yang beririsan dengan durasi penggunaan media sosial ini melahirkan pola pelampiasan tersendiri. Ketika menghadapi masalah, kelompok usia ini cenderung menggunakan media sosial sebagai *coping mechanism* utama untuk mengekspresikan beban pikiran dan mencari dukungan dari sebayanya (Radovic et al., 2017). Sayangnya, pelampiasan emosi di ruang publik ini kerap termanifestasi menjadi perilaku yang problematik. Salah satu fenomena yang kini marak terjadi adalah *sadfishing*, yakni kecenderungan membesar-besarkan masalah dan membagikan emosi negatif secara dramatis di media sosial dengan tujuan utama memancing simpati serta atensi dari pengguna lain (Shabahang et al., 2023).

Pemilihan kelompok dewasa awal sebagai fokus dalam fenomena ini menjadi dasar pada karakteristik perkembangan psikologis individu yang dinamis sekaligus rentan. Menurut Arnet (2014), fase usia ini disebut sebagai *emerging adulthood*, yaitu periode transisi krusial yang ditandai dengan tingginya eksplorasi identitas atau mencari jati diri, dan adanya ketidakstabilan emosional. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Putri (2019), bahwa dewasa awal adalah fase transisi dari remaja ke masa dewasa, yang dimana individu beralih dari ketergantungan menjadi mandiri secara ekonomi, memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan,

serta memandang masa depan dengan lebih realistis dan secara hukum, seseorang dianggap dewasa awal setelah mencapai usia 21 tahun. Hal ini diperkuat karena usia dewasa awal sangat terhubung dengan media sosial sebagai tempat pelampiasan, kegelisahan yang timbul dari tekanan pada masa transisi itu dialihkan ke media sosial yang kemudian secara langsung menciptakan kecenderungan *sadfishing* sebagai upaya memperoleh perhatian dan simpati secara cepat.

Secara konseptual, *sadfishing* atau *emotional baiting* didefinisikan sebagai kecenderungan mengunggah konten emosional secara berlebihan dan dramatis di media sosial, di mana individu secara sengaja membesar-besarkan perasaan sedih atau stres yang dialaminya dengan tujuan utama untuk memancing simpati, empati, serta interaksi dari komunitas daring (Com et al., 2025). Menurut Petrofes (2021), *sadfishing* yaitu kecenderungan mempublikasikan krisis emosional atau masalah pribadi secara berlebihan di media sosial. Kecenderungan *sadfishing* memberikan keuntungan yang dimana individu akan merasa lega setelah menyalurkan tekanan emosional yang dialaminya serta membuka peluang untuk mendapat simpati, validasi, dan dukungan emosional dari sosial media yang mereka tidak dapatkan di dunia nyata. Keuntungan lainnya yang didapatkan individu menurut (Com et al., 2025; Ramadhani et al., 2022) yaitu adanya peningkatan interaksi sosial, seperti menambah pengikut atau likes dan menjadi daya tarik bagi individu lain yang merasa memiliki perasaan yang sama. Disisi lain, *sadfishing* memiliki kekurangan atau resiko yang jauh lebih merugikan, menurut Shabahang et al., (2023) mengemukakan bahwa mengungkapkan kerentanan psikologis secara berlebihan dapat menimbulkan reaksi negatif dan sinisme dari berbagai pihak. Bukannya mendapatkan simpati, tindakan ini membuat individu mendapatkan *cyberbullying*, kehilangan privasi, serta mendapatkan stigma sosial sebagai pencari perhatian (*attention seeking*) yang pada akhirnya akan memperburuk kondisi kesehatan mental aslinya. Bentuk *sadfishing* ini dapat berupa mengunggah foto sedang menangis, menulis status ambigu yang mengisyaratkan keputusan, hingga membesar-besarkan masalah pribadi di ruang publik. Kenyataan bahwa perilaku *sadfishing* hanyalah pelarian sementara

dapat dilihat dari validasi atau simpati yang didapatkan dari *followers* atau orang asing di dunia maya tidak akan sekuat dan seefektif ketika individu mendapatkan penyelesaian masalah atau dukungan nyata di kehidupan sehari-hari.

Berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan berbagai pemicu yang mendorong individu melakukan *sadfishing*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Shabahang et al., (2023), menemukan bahwa *sadfishing* secara signifikan dipicu oleh tingginya tingkat kecemasan, depresi, dan kecenderungan mencari perhatian. Penelitian lain yang dilakukan oleh Petrofes (2021), menegaskan bahwa rasa kesepian dan *anxious attachment* menjadi pemicu kuat yang mendorong usia dewasa awal membagikan tekanan emosionalnya atau masalahnya di media sosial. Selain faktor internal yang sudah disebutkan sebelumnya, terdapat faktor eksternal berupa lingkungan digital yang memiliki peran penting sebagai pemicu *sadfishing*, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Com et al., 2025; Ramadhani et al., 2022) menunjukkan bahwa dorongan untuk mendapatkan interaksi dengan orang lain, menambah pengikut, serta mengejar validasi dari komunitas media sosial turut memicu fenomena *sadfishing*.

Selain itu, berdasarkan hasil pengambilan data awal yang dilakukan oleh peneliti secara *online* melalui google form pada tanggal 16 April-30 April 2026 kepada 31 responden berusia 20-40 tahun yang aktif menggunakan media sosial yang dimana terdapat 28 responden menyatakan pernah membagikan perasaan sedih atau masalah pribadi yang mereka alami di media sosial. Hal ini dibuktikan dengan salah satu responden yang mengatakan bahwa “Cukup sering, apalagi di twitter soalnya kan itu app yang bisa upload tulisan aja ya, tanpa perlu upload media, jadi kalau mau curhat enaknya disitu jadi bisa mencurahkan semua perasaan aku”. Hasil lainnya juga menampilkan kecenderungan individu untuk membagikan perasaannya di media sosial, sebanyak 14 responden jarang membagikan perasaannya ke media sosial, 4 responden relatif cukup sering untuk membagikan perasaannya di media sosial, 2 responden mengatakan tidak pernah membagikan perasaannya di media sosial, dan 11 responden lainnya membagikan langsung dengan bercerita tentang perasaannya. Hasil lainnya juga menunjukkan

sebanyak 24 responden membagikan perasaannya melalui *story*, 3 responden membagikan melalui postingan (*feed*), 4 responden membagikan melalui video pendek (*short reels*), 13 responden membagikan dengan tulisan atau teks seperti *caption* atau *thread*, 1 responden membagikan perasaannya dengan me-*repost* video yang sesuai dengan perasaan yang dialaminya, dan terdapat 19 responden yang mengharapkan perasaan sedih atau cerita sedih yang mereka bagikan itu dapat perhatian seperti *like*, komentar, atau respon dari pengguna media sosial lainnya. Berdasarkan fenomena dan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa usia dewasa awal memiliki kecenderungan penggunaan media sosial yang tinggi sehingga rentan secara emosional. Selain itu, tingginya kecenderungan *sadfishing* dipicu adanya kegagalan pada dua faktor pendorong utama, yaitu faktor internal yang berkaitan dengan *cognitive emotion regulation* Garnefski et al., (2001), dan faktor eksternal yang berkaitan dengan rendahnya *perceived social support* di dunia nyata (Zimet et al., 1988).

Secara internal, *sadfishing* pada dasarnya dipicu oleh adanya stimulus emosi negatif (seperti rasa sedih, cemas, atau tertekan) yang gagal dikendalikan oleh individu. Dalam kondisi yang sehat, individu membutuhkan regulasi emosi yang bermanfaat untuk menjaga keseimbangan psikologis, menetralkan tekanan, dan membantu individu merespons masalah dengan cara yang adaptif. Regulasi emosi itu sendiri merupakan sebuah strategi sadar yang dilakukan individu untuk mempengaruhi emosi apa yang mereka miliki, kapan mereka memilikinya, dan bagaimana mereka mengalami serta mengekspresikan emosi tersebut. Dalam ranah kognitif, saat menghadapi tekanan individu memprosesnya melalui strategi *Cognitive Emotion Regulation*. Merujuk pada teori Garnefski et al., (2001; dalam (Sahidin & Faradiba, 2022), strategi ini merupakan cara individu mengelola informasi yang membangkitkan emosi secara sadar melalui sembilan strategi berpikir kognitif. Ketidakmampuan individu dalam mengelola strategi ini secara efektif untuk meredakan stres akan menyebabkan peningkatan emosi negatif. Dalam teori Garnefski et al., (2001; dalam Sakti & Wandansari, 2023), terdapat 9 strategi yang secara umum memiliki peran dalam menghadapi emosi negatif,

antara lain (1) *self-blame* yaitu menyalahkan diri sendiri atas kejadian yang dialami, (2) *blaming others* yaitu menyalahkan orang lain atas kejadian yang dialami, (3) *acceptance* yaitu menerima kejadian yang dialami, (4) *refocus on planning* yaitu memikirkan langkah yang akan diambil selanjutnya serta cara mengatasi kejadian negatif, (5) *positive refocusing* yaitu memikirkan hal-hal yang positif atau menyenangkan diri sendiri, (6) *rumination or focus on thought* yaitu selalu memikirkan perasaan dan hal yang berkaitan dengan kejadian negatif, (7) *positive reappraisal* yaitu mengambil hal positif dari kejadian negatif yang dialami untuk pengembangan diri, (8) *putting into perspective* yaitu menurunkan ketegangan dari kejadian negatif dengan cara membandingkan hal negatif tersebut dengan kejadian yang lebih parah, (9) *catastrophizing* yaitu memikirkan beratnya pengalaman negatif yang sudah dilalui. Karena sistem internalnya kewalahan menetralkan stimulus tersebut, emosi yang menumpuk disalurkan secara impulsif ke media sosial (*sadfishing*) demi mendapatkan kelegaan instan.

Cognitive Emotion Regulation memiliki fungsi sebagai penyaring atau pemroses utama didalam kognitif individu ketika mereka mengalami peristiwa yang menekan. Garnefski et al., (2001) menjelaskan jika proses kognitif tidak mampu menyeimbangkan informasi emosional atau peristiwa yang diterima maka akan terjadi penumpukan beban pikiran dan dalam kondisi ini CER berperan sebagai pengatur emosi yang pada akhirnya mendesak individu untuk mencari jalan alternatif untuk meredakan tekanan yang diterima. Sejalan dengan temuan Zsido et al., (2021) terkait penggunaan media sosial itu sebagai bentuk kegagalan dalam strategi regulasi kognitif yang mendorong seseorang untuk menjadikan audiens atau followers di media sosial sebagai alternatif pengatur emosi. (Alatas & Harum, 2025) mengungkapkan bahwa individu secara sadar mempublikasikan beban atau tekanan yang dialaminya ke ruang publik dengan harapan hal tersebut akan menjadi penenang sementara atas peristiwa yang gagal diatasi oleh pikirannya sendiri.

Secara eksternal, Dukungan sosial yang dipersepsikan secara subjektif oleh individu, atau *Perceived Social Support* yang dikemukakan oleh Zimet et al.,

(1988), sejatinya berfungsi sebagai penyangga psikologis (*psychological buffer*) yang krusial untuk meredam dampak stresor kehidupan. Temuan empiris menunjukkan bahwa ketiadaan dukungan nyata dari lingkungan terdekat, baik dari keluarga, teman, maupun figur signifikan lainnya (*significant others*), berkorelasi langsung dengan tingginya perilaku manipulasi emosi secara daring (Shabahang et al., 2023). Ketersediaan dukungan nyata di lingkungan sekitar memiliki peran pencegahan yang krusial. Dukungan sosial yang dipersepsikan (*Perceived Social Support*) dari orang terdekat sangat bermanfaat sebagai pelindung mental yang memberikan rasa aman bagi individu saat menghadapi masalah. Namun kenyataannya, fenomena *sadvertising* justru didorong oleh hilangnya manfaat tersebut akibat kekosongan dukungan di dunia nyata. Hal ini sejalan dengan temuan Shabahang et al., (2023) yang membuktikan bahwa rendahnya dukungan sosial dari keluarga dan teman secara *offline* berhubungan langsung dengan kecenderungan *sadvertising*. Ketika individu merasa kesepian dan tidak memiliki tempat bersandar di dunia nyata, mereka akan mencari kompensasi simpati dari orang asing di dunia maya.

Kecenderungan *sadvertising* pada dewasa awal tidak semata-mata diakibatkan oleh satu faktor tunggal, melainkan sangat dipengaruhi oleh dinamika interaksi yang beroperasi secara simultan antara kapasitas *Cognitive Emotion Regulation* dan tingkat *Perceived Social Support*. Individu dewasa awal sering menyebarkan penderitaan yang dialami ke media sosial dengan cara memancing simpati melalui narasi sedih untuk mendapatkan perhatian dan validasi emosional (Com et al., 2025; Ramadhani et al., 2022). Konsep yang dibuat Garnefski et al., (2001) menjelaskan bahwa pola pemrosesan informasi secara kognitif yang kurang efektif dalam menstabilkan tekanan emosional menjadi pengaruh kuat bagi individu untuk beralih ke mekanisme koping secara eksternal. Menurut (Alatas & Harum, 2025; Shabahang et al., 2023) Kecenderungan *sadvertising* dapat diprediksi akan meningkat ketika fungsi regulasi kognitif tidak mampu meredam tekanan secara mandiri, sehingga individu terdorong untuk mempublikasikan penderitaannya untuk memperoleh validasi sosial sebagai alat regulasi bantuan.

Disisi lain, konsep yang dibangun oleh Zimet et al., (1988) PSS berperan sebagai mekanisme pelindung yang memberikan bantuan emosional agar individu mampu menghadapi tekanan namun, ketika individu tidak merasa dukungan dari keluarga atau teman tidak memadai akan muncul kondisi yang memicu individu untuk mencari sosial di media sosial. Dalam hal ini, *sadvertising* berfungsi sebagai alternatif untuk mendapat dukungan melalui daring yang dimana individu sengaja untuk menunjukkan kesedihan di media sosial untuk mendapat respon dan empati dari audiens untuk menutupi kekosongan dukungan yang mereka tidak dapat di kehidupan nyata (Alatas & Harum, 2025; Shabahang et al., 2023). Ketiadaan filter kognitif yang rasional menyebabkan narasi kesedihan menjadi sangat berlebihan, sementara ketiadaan jaringan dukungan di dunia nyata memaksa narasi tersebut dipertontonkan kepada publik luas demi meraih validasi semu.

Berdasarkan konstelasi fenomena psikososial, argumen teoretis, dan telaah literatur di atas, kajian empiris mengenai Kecenderungan pencarian atensi berkedok kesedihan di media sosial menjadi hal yang sangat urgen untuk diteliti, khususnya pada demografi dewasa awal yang memiliki kerentanan ganda terhadap stres. Oleh karena itu, peneliti memandang perlu untuk membuktikan penelitian ini ke dalam sebuah penelitian ilmiah yang berjudul Pengaruh Strategi *Cognitive Emotion Regulation* dan *Perceived Social Support* Terhadap Kecenderungan *Sadvertising* pada Dewasa Awal.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

- a. Tingginya beban psikologis dan kerentanan emosional pada kelompok usia dewasa awal akibat tuntutan *emerging adulthood* yang memicu perubahan emosional dan kesepian.
- b. Adanya kesalahan dalam penyaluran emosi yang mana individu yang menginjak usia dewasa awal cenderung menormalisasi perilaku *oversharing*

dan menjadikan media sosial sebagai tempat utama untuk mengungkapkan masalah pribadi.

- c. Munculnya resiko negatif yang berkelanjutan dari *sadfishing*, dimana mengungkapkan emosi secara berlebihan di media sosial justru dapat meningkatkan terjadinya *cyberbullying*, stigma sosial, dan penolakan yang memperburuk kesehatan mental.
- d. Adanya disfungsi pada internal individu, seperti ketidakmampuan dalam memproses stresor secara sehat akibat penggunaan *cognitive emotion regulation* yang membebani pikiran.
- e. Rendahnya dukungan sosial yang nyata dari keluarga, teman, maupun orang lain yang dapat mendorong individu merasa terasingkan dan mencari figur pengganti di media sosial.

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini terbatas pada kelompok dewasa awal dengan fokus untuk melihat pengaruh strategi *Cognitive Emotion Regulation* secara keseluruhan dan ketersediaan *Perceived Social Support* terhadap kecenderungan *Sadfishing* menggunakan pendekatan kuantitatif regresi linear berganda.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Cognitive Emotion Regulation* terhadap Kecenderungan *Sadfishing* pada dewasa awal?
- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Perceived Social Support* terhadap Kecenderungan *Sadfishing* pada dewasa awal?
- c. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *Cognitive Emotion Regulation* dan *Perceived Social Support* terhadap Kecenderungan *Sadfishing* pada dewasa awal?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi *Cognitive Emotion Regulation* terhadap Kecenderungan *Sadfishing* pada dewasa awal.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived social support* terhadap Kecenderungan *sadfishing* pada dewasa awal.
- c. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *cognitive emotion regulation* dan *perceived social support* secara bersama-sama terhadap Kecenderungan *sadfishing* pada dewasa awal.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi literatur pada bidang Psikologi Perkembangan dan Psikologi Siber (*Cyberpsychology*). Hasil kajian ini akan memperkaya pemahaman teoritis mengenai mekanisme *sadfishing* dengan menyoroti bagaimana dimensi pengolahan kognitif internal (*Cognitive Emotion Regulation*) dan ketersediaan dukungan nyata (*Perceived Social Support*) berinteraksi secara kompleks dalam memprediksi munculnya strategi koping maladaptif di media sosial pada masa dewasa awal.

1.6.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan edukatif bagi kelompok dewasa awal agar lebih adaptif dan *mindful* dalam mengelola emosi, serta menyadari pentingnya membangun jaringan dukungan sosial di dunia nyata ketimbang sekadar mencari validasi semu di dunia maya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman bagi lingkungan terdekat, seperti keluarga dan teman sebaya,

bahwa kebiasaan mencari atensi berlebihan di media sosial sering kali merupakan sinyal atau "jeritan minta tolong" akibat kurangnya dukungan sosial. Dengan pemahaman ini, diharapkan lingkungan sekitar dapat lebih peka dan proaktif dalam memberikan dukungan nyata (*Perceived Social Support*). Lebih jauh lagi, bagi para praktisi kesehatan mental seperti psikolog atau konselor, penelitian ini dapat menyediakan basis data empiris yang bermanfaat untuk merancang modul psikoedukasi maupun intervensi klinis. Intervensi tersebut dapat difokuskan pada perbaikan cara berpikir (restrukturisasi kognitif) dan pembentukan kelompok dukungan nyata (*support group*) guna menekan tingginya Kecenderungan *sadfishing*.



Intelligentia - Dignitas