

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia, kepuasan hidup atau *life satisfaction* menjadi aspek penting yang mencerminkan kesejahteraan psikologis dan kesejahteraan hidup seseorang secara keseluruhan. *Life satisfaction* tidak hanya menggambarkan bagaimana seseorang menilai kehidupannya saat ini, tetapi juga menggambarkan tingkat kebahagiaan, rasa puas, dan keseimbangan antara harapan dengan realitas yang dialami. *Life satisfaction* sendiri merupakan aspek kognitif dari *subjective well-being*, yaitu penilaian individu secara rasional terhadap kehidupannya (Diener & Suh, 1997). Menurut Diener et al. (1985), *life satisfaction* merupakan penilaian menyeluruh terhadap hidup, berdasarkan standar yang ditentukan oleh masing masing individu.

Veenhoven (2015) menambahkan bahwa *life satisfaction* merupakan sejauh mana individu memberikan penilaian positif terhadap keseluruhan kualitas hidup yang dimilikinya pada saat ini. Penilaian tersebut bersifat subjektif sehingga individu dengan kondisi kehidupan yang berbeda dapat memiliki tingkat *life satisfaction* yang berbeda.

Tingkat *life satisfaction* yang tinggi berkaitan dengan berbagai aspek positif, seperti kesehatan mental yang baik, hubungan sosial yang harmonis, produktivitas yang tinggi, serta kemampuan menghadapi stres (Diener et al., 1999). Sebaliknya, rendahnya *life satisfaction* dapat meningkatkan risiko munculnya masalah psikologis, seperti depresi dan kecemasan (Keyes, 2005). Pada Generasi Z, *life satisfaction* menjadi penting karena kelompok ini sedang menghadapi berbagai tuntutan perkembangan, seperti pendidikan, karier, hubungan interpersonal, dan pembentukan identitas diri (Sugianto & Kristiyani, 2022). Berbagai tuntutan tersebut dapat menimbulkan tekanan psikologis yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan hidup individu (Suryadi, 2022).

Isu mengenai *life satisfaction* menjadi semakin penting untuk diperhatikan pada Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir pada rentang 1995 hingga 2012 dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital yang pesat (Hastini, 2020). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa generasi muda saat ini mengalami penurunan tingkat kebahagiaan dan kepuasan hidup dibandingkan generasi sebelumnya. Menurut laporan yang dipublikasikan oleh Tempo (2025), penelitian internasional yang melibatkan enam negara berbahasa Inggris menunjukkan bahwa Generasi Z mengalami penurunan signifikan dalam tingkat kebahagiaan dan *life satisfaction*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kesejahteraan psikologis Generasi Z menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut.

Menurut Diener (2009), *life satisfaction* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti usia, tingkat pendidikan, keyakinan agama, kualitas hubungan sosial, kondisi kesehatan, kontribusi sosial, jenis pekerjaan, serta tingkat pendapatan yang dimiliki individu. Di antara berbagai faktor tersebut, hubungan sosial memiliki peran penting karena memberikan dukungan

emosional, rasa memiliki, dan sumber evaluasi diri bagi individu. Individu yang memiliki hubungan sosial yang positif cenderung menunjukkan tingkat *life satisfaction* yang lebih tinggi dibandingkan individu yang mengalami kesulitan dalam hubungan sosialnya.

Seiring perkembangan teknologi, hubungan sosial tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi juga berlangsung melalui media sosial. Media sosial memungkinkan individu untuk terhubung dengan banyak orang sekaligus serta mengakses berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain, seperti pencapaian akademik, karier, penampilan fisik, gaya hidup, maupun hubungan interpersonal yang ditampilkan. Paparan terhadap berbagai informasi tersebut dapat mendorong individu untuk mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kondisi yang dimilikinya dengan kondisi orang lain.

Proses evaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain dikenal sebagai *social comparison*. Menurut Festinger (1954), *social comparison* merupakan proses ketika individu mengevaluasi pendapat dan kemampuannya dengan membandingkan diri dengan orang lain. Festinger menjelaskan bahwa individu memiliki kebutuhan untuk menilai dirinya secara akurat, sehingga ketika standar objektif tidak tersedia, individu akan menggunakan orang lain sebagai sumber pembandingan. Gibbons dan Buunk (1999) kemudian menjelaskan bahwa *social comparison* merupakan mekanisme yang digunakan individu untuk memahami dirinya melalui pengamatan terhadap persamaan maupun perbedaan antara dirinya dengan orang lain. Proses ini didorong oleh kebutuhan untuk melakukan evaluasi diri, pengembangan diri, dan perbaikan diri. Dalam konteks digital saat ini, proses *social comparison* menjadi semakin mudah terjadi karena individu terus-menerus terpapar pada berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain melalui media sosial (Vogel et al., 2014).

Salah satu media sosial yang memberikan ruang luas bagi individu untuk melakukan *social comparison* adalah Instagram. Platform ini menyediakan berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain yang terlihat ideal dan mudah diakses dengan siapa saja (Feinstein et al., 2013). Konten yang ditampilkan mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti gaya hidup dan kepemilikan barang, keahlian individu dalam menguasai suatu keterampilan, pencapaian seperti prestasi akademik atau profesional, hingga hubungan interpersonal yang harmonis dengan pasangan, keluarga, maupun teman. Informasi-informasi tersebut menarik perhatian pengguna lain untuk mengamati kehidupan orang lain. Hal ini didukung oleh penelitian Sheldon dan Bryant (2016) yang menemukan bahwa salah satu motivasi terbesar individu dalam menggunakan Instagram adalah untuk mengamati kehidupan orang lain. Melalui Instagram, pengguna dapat melihat berbagai unggahan mengenai pencapaian, penampilan fisik, gaya hidup, hubungan sosial, maupun pengalaman pribadi yang ditampilkan oleh pengguna lain. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai media yang sangat potensial dalam memunculkan proses *social comparison*.

Fenomena *social comparison* di Instagram menjadi semakin relevan pada Generasi Z karena kelompok ini merupakan generasi yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial. Sebagai digital natives (Prensky, 2001), Generasi Z telah terbiasa menggunakan media sosial sejak usia dini sebagai sarana komunikasi, hiburan, pembentukan identitas diri, hingga memperoleh validasi sosial. Selain itu, Generasi Z dikenal menyukai hal-hal yang bersifat instan dan efisien, sehingga media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas mereka (Nabila et al., 2023).

Laporan terbaru juga menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengguna Instagram berasal dari kelompok usia 18–34 tahun, dengan mayoritas di

antaranya merupakan Generasi Z. Tingginya intensitas penggunaan Instagram membuat Generasi Z lebih sering terpapar pada berbagai informasi mengenai pencapaian, penampilan fisik, gaya hidup, maupun hubungan sosial orang lain. Kondisi tersebut mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain dan berpotensi meningkatkan kecenderungan melakukan *social comparison*. Oleh karena itu, Generasi Z dipandang sebagai kelompok yang relevan untuk diteliti karena karakteristik dan pola penggunaan media sosial yang dimilikinya menjadikan kelompok ini lebih rentan terhadap dampak *social comparison*, termasuk dalam mengevaluasi kepuasan terhadap kehidupannya (*life satisfaction*).

Meskipun hubungan antara *social comparison* dan *life satisfaction* telah banyak diteliti, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada remaja atau dewasa awal secara umum tanpa berfokus pada karakteristik Generasi Z sebagai pengguna aktif Instagram. Hal ini menjadi penting mengingat Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang bersama media sosial sehingga memiliki pola interaksi sosial yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Selain itu, tingginya penggunaan Instagram pada Generasi Z menjadikan mereka lebih sering terpapar pada berbagai informasi sosial yang berpotensi memicu *social comparison*. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada Generasi Z pengguna Instagram masih perlu dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih spesifik sesuai dengan karakteristik kelompok tersebut.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai fenomena tersebut, penulis melakukan studi pendahuluan melalui wawancara terhadap lima orang pengguna Instagram yang termasuk dalam Generasi Z dengan rentang usia 18–25 tahun. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tiga dari lima partisipan mengaku sering membandingkan dirinya dengan orang lain setelah

melihat unggahan di Instagram. Mereka menyatakan bahwa unggahan mengenai pencapaian, gaya hidup, dan penampilan orang lain sering menimbulkan perasaan iri serta membuat mereka merasa kurang puas terhadap kehidupannya sendiri. Sementara itu, dua partisipan lainnya mengaku tidak terlalu terdampak secara negatif dan justru merasa termotivasi untuk menjadi lebih baik setelah melihat unggahan orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa *social comparison* merupakan pengalaman yang bersifat subjektif, namun tetap berpotensi memengaruhi cara individu mengevaluasi kehidupannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fenomena *social comparison* pada pengguna Instagram, khususnya Generasi Z, masih relevan untuk diteliti lebih lanjut karena dapat berkaitan dengan tingkat *life satisfaction* yang dimiliki individu.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian fenomena, teori, dan hasil studi pendahuluan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada Generasi Z pengguna Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kecenderungan melakukan *social comparison* di Instagram memengaruhi evaluasi individu terhadap kehidupannya, khususnya pada Generasi Z sebagai kelompok pengguna media sosial yang paling aktif.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan:

1. Rendahnya tingkat *life satisfaction* pada Generasi Z
2. Tingginya tekanan sosial dan ekspektasi terhadap pencapaian hidup pada Generasi Z

3. *Social comparison* dan Instagram mempengaruhi persepsi individu terhadap *life satisfaction*.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disampaikan, peneliti menetapkan batasan masalah guna menjaga fokus serta keterarahan penelitian. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh *social comparison* yang terjadi melalui penggunaan Instagram terhadap *life satisfaction* pada individu generasi Z. Selain itu, responden pada penelitian ini dibatasi pada rentang usia 18 hingga 30 tahun dan merupakan pengguna media sosial Instagram.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada Generasi Z sebagai pengguna Instagram?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social comparison* terhadap *life satisfaction* pada generasi Z yang merupakan pengguna Instagram.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu psikologi sosial, khususnya dalam memahami dinamika *social comparison* di era digital serta pengaruhnya terhadap *life satisfaction* pada Generasi Z.

2. Memperkaya referensi empiris mengenai hubungan antara *social comparison* dan *life satisfaction* dalam konteks penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sehingga dapat menjadi landasan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan pemahaman kepada generasi Z mengenai dampak dari perilaku membandingkan diri di media sosial, sehingga mereka dapat lebih bijak dan sadar dalam menggunakan Instagram.
2. Menjadi acuan bagi orang tua, guru, dan tenaga konseling dalam memberikan edukasi digital serta pendampingan emosional kepada pengguna aktif media sosial
3. Menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan program intervensi psikologis, yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan subjektif di kalangan anak muda.