

## **Bab I Pendahuluan**

### **Latar Belakang Masalah**

Di zaman modern seperti saat ini, menyebabkan individu harus beradaptasi dengan berbagai macam teknologi yang semakin kompleks. Hal ini sebanding dengan maraknya penggunaan internet di Indonesia yang mengalami kemajuan serta memberikan peluang bagi berkembangnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat. Media sosial memiliki berbagai jenis fitur dan terdiri dari berbagai bagian yang tersaji, salah satu jenis media sosial yang banyak diminati ialah instagram. Instagram merupakan salah satu media yang mempermudah individu dalam berinteraksi dan berbagi secara online. Instagram sendiri memiliki berbagai fungsi seperti alat komunikasi, berbagai informasi, serta dapat digunakan untuk menjalin relasi dan mengenal orang lain melalui fitur foto dan video yang diunggah oleh penggunanya (Willianti & Oktavianti, 2019). Selain itu, instagram juga banyak digunakan diberbagai kalangan baik kalangan muda, maupun di kalangan para orang tua (Dewi & Ibrahim, 2019).

Penggunaan media sosial di Indonesia, menurut data statistik hasil riset pada portal Cuponation April 2019, menyatakan bahwa Indonesia menduduki urutan keempat pada penggunaan media sosial facebook dan instagram, dengan jumlah pengguna instagram mencapai 56 juta (Nancy, 2019). Sementara berdasarkan informasi terbaru hasil analisis mengenai pengguna instagram yang diberikan oleh perusahaan analisis marketing media sosial bernama NapoleonCat. Menyatakan bahwa sebanyak 22.6 persen setara dengan seperempat penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif instagram, dengan perempuan mendominasi populasi, tercatat mencapai 50.8 persen lebih besar dibandingkan dengan pengguna laki-laki. Selain itu, pengguna dengan rentang usia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling banyak di

Indonesia. Total persentase sebanyak 37.3 persen atau sekitar 23 juta pengguna. Pada usia tersebut perempuan masih mendominasi sebesar 19.5 persen, sementara pada rentang usia 25-34 tahun laki-laki lebih mendominasi sebesar 17.9 persen dibandingkan perempuan (NapoleonCat, 2019).

Instagram biasa digunakan oleh pengguna sebagai media mengekspresikan diri, menjalin relasi dengan banyak orang, mencari informasi, bahkan tidak sedikit yang menjadikan instagram sebagai media bisnis (Dewi & Janitra, 2018). Instagram merupakan salah satu *platform* yang memiliki fungsi untuk mengunggah foto atau video kegiatan pengguna, hal ini mengakibatkan pengguna mencari umpan balik dari apa yang mereka unggah baik berupa *like*, komentar, pujian serta hal-hal lain yang bisa menaikkan kepercayaan diri untuk melakukan hal yang serupa (Prawesti & Dewi, 2016). Namun, tidak sedikit dari pengguna instagram yang kesulitan untuk menunjukkan siapa diri mereka yang sesungguhnya, mengakibatkan individu mencari media lain untuk memudahkannya dalam menghindari anggapan buruk dari orang lain. Salah satu hal yang pengguna lakukan ialah membuat akun lain untuk menutupi ketidaknyamanan dan keleluasaan untuk melakukan suatu hal di akun utama yang mereka miliki (Ersyafiani, 2018).

Di kalangan pengguna media sosial, fenomena memiliki akun lebih dari satu biasa dikenal dengan *second account*, akun alter, atau *fake account* (Ersyafiani, 2018). Pengguna akun ganda, menjadikan instagram ini sebagai media untuk mengekspresikan diri tanpa diketahui oleh banyak orang. Hal ini, dilakukan dengan menyamarkan identitas, hanya mem*follow* orang yang dikenal atau orang tertentu saja yang mereka pilih, mereka dengan bebas mengunggah apa saja yang mereka ingin tanpa harus mementingkan hujatan dan ketidaksetujuan dari orang lain akan diri mereka (Ainurrohman, 2018). Sayangnya, keberadaan *second account* ini bisa membuat

individu memiliki harga diri yang rendah, sulit menerima diri apa adanya karena terobsesi akan kesempurnaan (Ainurrohman, 2018).

Menurut (Ersyafiani, 2018) alasan individu menggunakan akun instagram lebih dari satu karena individu cenderung akan menampilkan citra diri yang positif, menciptakan harga diri yang selalu ingin dipandang baik oleh teman sehingga dapat membuat individu kesulitan untuk menerima kondisi diri yang sesungguhnya di akun utama mereka. Dalam ranah psikologi hal tersebut dikenal dengan istilah *self esteem* atau harga diri.

Menurut Rosenberg, Schooler, Carmi dan Rosenberg harga diri (*self esteem*) merupakan sikap individu baik positif maupun negatif terhadap dirinya sendiri (Rozika & Ramdhani, 2016). Rosenberg (1965) menyatakan bahwa *self esteem* bisa terbentuk dari pengalaman-pengalaman baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun pengalaman yang kurang menyenangkan. Pengalaman tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap perasaan. Perasaan akan muncul ketika individu menjadi bagian dalam kelompok tertentu, saat individu mengalami keberhasilan dan kegagalan, serta ketika individu dihargai maupun tidak dihargai. Sedangkan, menurut Chaplin (2006) *self esteem* merupakan penilaian diri yang dipengaruhi oleh sikap, interaksi, penghargaan dan penerimaan orang lain terhadap individu (Hardika, Noviekayati, & Saragih, 2019). Jadi, *self esteem* merupakan cara pandang individu terhadap dirinya sendiri berkaitan dengan sikap individu yang ditunjukkan melalui bagaimana dirinya berperilaku, berinteraksi, memperoleh pujian dan penerimaan dari orang lain akan dirinya sendiri.

Faktor yang mempengaruhi *self esteem* diantaranya faktor *internal* seperti jenis kelamin, kecerdasan, kondisi fisik individu. Sementara, faktor *eksternal* berupa lingkungan sosial, sekolah serta keluarga (Hardika et al, 2019). Individu yang memiliki *self esteem* rendah merupakan individu yang cenderung sulit menunjukkan diri yang sesungguhnya di dunia maya (instagram),

ditandai dengan jaranganya mengunggah foto pribadi di akun instagram. Namun, tidak menutup kemungkinan individu yang memiliki *self esteem* rendah justru akan lebih sering mengunggah foto pribadi sebagai media untuk menutupi rasa kurang percaya diri dan *self esteem* yang rendah. Sebaliknya, individu yang memiliki *self esteem* yang tinggi akan sering mengunggah foto pribadinya di akun instagram yang dimiliki. Individu akan merasa harga dirinya meningkat ketika memiliki perasaan diterima atau diakui serta mendapatkan kesan baik dihadapan orang lain (Burrow & Rainone, 2016). Individu yang memiliki *self esteem* rendah dapat dipengaruhi oleh faktor *eksternal* maupun *internal* (Hardika et al, 2019).

Istilah lain yang mirip dengan *self esteem* ialah *self confidence*. *Self confidence* menurut Bandura ialah sesuatu yang diyakini dimiliki oleh individu bahwa dirinya mampu berperilaku seperti yang dibutuhkan untuk memperoleh hasil seperti apa yang diharapkan (Afifah et al, 2019). Sebenarnya, *self esteem* dan *self confidence* sama-sama berkaitan dengan cara pandang individu terhadap dirinya sendiri. Namun, hal yang membedakan antara keduanya ialah bahwa *self esteem* lebih mengarah pada bagaimana cara individu menilai diri sendiri secara keseluruhan, sementara *self confidence* berkaitan dengan bagaimana cara individu menilai kemampuan yang dimilikinya (Wardani et al, 2019). *Self esteem* dan *self confidence* keduanya tidak terlepas dari bagaimana cara individu berinteraksi serta menunjukkan perilaku tertentu di lingkungan sosial (Afifah et al, 2019). Namun, dalam hal ini, *self esteem* dirasa lebih relevan untuk menjelaskan perilaku individu dalam menggunakan *second account* instagram.

Berdasarkan studi awal yang dilakukan pada 6 orang responden dengan memberikan pertanyaan singkat mengenai alasan responden menggunakan *second account* instagram, dengan melibatkan mahasiswa di Bandung yang menggunakan akun instagram lebih dari satu. Responden menyatakan alasan menggunakan akun instagram lebih dari satu karena responden

merasa dalam menggunakan akun utama perlu menjaga *image* agar tidak dinilai buruk oleh orang lain, sementara akun kedua responden pakai untuk mengekspresikan diri responden yang sesungguhnya, hal-hal yang dirasakan oleh responden tersebut ialah *self esteem*. Selain itu, mereka yang memiliki akun instagram lebih dari satu sebenarnya memiliki kecenderungan kebutuhan untuk diperhatikan lebih banyak oleh orang lain atau biasa dikenal dengan istilah kecenderungan narsisme. Namun, responden menyadari bahwa sisi narsisnya tidak bisa responden penuhi melalui akun utama sehingga responden membuat akun lain untuk mengekspresikan diri dengan lebih leluasa. Dari studi awal diperoleh variabel lainnya yaitu, *guilty pleasure* dimana subjek menggunakan *second account* karena untuk menyembunyikan hal-hal yang membuat mereka senang, namun hal tersebut bukan merupakan hal yang biasa dan tak jarang menyalahi norma yang ada seperti menggunakan *second account* untuk mengomentari akun-akun gosip, memfollow akun-akun artis. Sementara terkait *inferiority complex* mereka sebenarnya memiliki keresahan dan tidak yakin akan diri mereka sendiri sehingga mereka membuat akun lain untuk menunjukkan ketidakyakinannya tersebut.

Berdasarkan hasil studi awal, peneliti memilih kecenderungan narsisme sebagai variabel kedua yang akan digunakan dalam penelitian karena lebih relevan dengan fenomena *second account* instagram. Narsisme menurut *American Psychiatric Association* dalam DSM V (Laeli et al, 2018) merupakan suatu pola kepribadian yang cenderung menetap ditandai dengan adanya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kesuksesan, kekuatan, kecerdasan, kecantikan, dan cinta ideal, kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain serta memiliki kemampuan berempati yang kurang. Kecenderungan menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020) adalah suatu kecondongan (hati), kesediaan, kehendak, kemauan. Sehingga, kecenderungan narsisme

merupakan keinginan atau hasrat yang berkaitan dengan gejala-gejala narsisme tertentu yang muncul pada kondisi tertentu.

Hasil studi awal ini diperkuat dengan adanya penelitian, yang menyatakan bahwa pengguna instagram yang sering mengunggah foto pribadinya untuk mendapatkan perhatian dari orang lain dapat menimbulkan perilaku narsisme (Wibowo & Silaen, 2018). Dalam penelitian lain menyatakan bahwa narsisme yang mereka tunjukkan ialah berfungsi untuk menutupi kerapuhan *self esteem* pengguna, individu akan merasa dirinya berharga ketika ia merasa disukai oleh banyak orang, ketergantungan dengan orang lain serta adanya rasa saling memiliki, individu yang memiliki keyakinan bahwa dirinya tidak disukai serta adanya ketergantungan dengan orang lain akan menyebabkan individu merasakan hilangnya *self esteem* (Laeli et al, 2018). Menurut Coopersmith menjelaskan bahwa *self esteem* berperan dalam memberikan penilaian mengenai individu yang berkaitan dengan dirinya sendiri, bentuk penilaian yang dihadirkan merupakan hasil bentuk komunikasi individu terhadap lingkungan sosialnya serta bagaimana cara orang lain memperlakukan dirinya (Riyanita & Supradewi, 2019). Selain itu juga, beberapa penelitian menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *self esteem* dan narsisme terhadap pengguna instagram. Adapun penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi *self esteem* negatif maka semakin tinggi pula penggunaan instagram maka semakin tinggi perilaku narsisme (Wibowo & Silaen, 2018). Sementara, penelitian lain menyatakan semakin tinggi *self esteem* maka semakin rendah kecenderungan narsisme (Laeli et al, 2018).

Sudah terdapat beberapa penelitian terkait hubungan *self esteem* dengan kecenderungan narsisme pada pengguna media sosial atau pada pengguna instagram, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Laeli et al, 2018) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan harga diri secara simultan dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa semester

awal pengguna instagram, (Wibowo & Silaen, 2018) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dan penggunaan media sosial instagram dengan perilaku narsisme dikalangan siswa kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Riyanita & Supradewi, 2019) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Sementara, penelitian terkait *second account*, seperti yang dilakukan oleh (Dewi & Janitra, 2018) membahas *second account* di instagram sebagai alter ego dengan menerapkan teori dramaturgi serta melibatkan subjek berupa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, penelitian terkait *second account* masih minim dibahas dalam penelitian, jika adapun hanya sebatas artikel saja. Selain itu, dalam penelitian sebelumnya belum spesifik membahas keterkaitan antara *self esteem* dan kecenderungan narsisme terhadap penggunaan akun kedua (*second account*) instagram. Sehingga dalam penelitian ini peneliti akan memfokuskan penelitian pada “Hubungan *Self Esteem* dan Kecenderungan Narsisme pada Pengguna *Second Account* Instagram”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang dapat ditarik ialah: “Apakah terdapat hubungan antara *self esteem* dan kecenderungan narsisme pada pengguna *second account* instagram?”

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini ialah: “Mengetahui hubungan antara *self esteem* dan kecenderungan narsisme pada pengguna *second account* instagram.”

## Kegunaan Penelitian

**Kegunaan teoritis.** Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan terhadap aspek psikologis pengguna *second account* media sosial khususnya instagram. Serta dapat dijadikan sebagai sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya terutama dalam bidang psikologi sosial yang berkaitan dengan penggunaan media sosial instagram.

**Kegunaan praktis.** Melalui penelitian ini diharapkan:

1. Bagi peneliti, dapat memberikan manfaat, pengalaman serta ilmu dari diciptakannya penelitian ini, serta untuk meningkatkan kemampuan dalam mengenal fenomena-fenomena sosial yang terjadi.
2. Bagi subjek yang terlibat yaitu pengguna *second account* media sosial instagram supaya lebih mampu memahami *self esteem* dan kecenderungan narsisme yang dimiliki guna membantu untuk memahami diri, penelitian ini juga berguna untuk pengguna *second account* dalam mempertimbangkan baik buruk dalam menggunakan akun instagram, sehingga media sosial khususnya instagram bisa dijadikan sebagai media yang positif untuk meningkatkan *self esteem* atau harga diri pengguna.