

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, penggunaan internet sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. *Handphone* saat ini memberikan kemudahan dalam mengakses internet sehingga semakin banyak masyarakat menggunakan internet terutama media sosial. Media sosial adalah sebuah media daring, dimana para penggunanya bisa mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial juga merupakan media *online* yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berinteraksi dengan rekan-rekan, baik yang dekat maupun yang jauh. Selain memberikan kemudahan dalam berinteraksi, media sosial juga memberikan kemudahan untuk saling berbagi momen, bertukar serta mencari informasi dalam dunia maya. Salah satu media sosial yang populer adalah *Instagram*. Menurut dr. Fadhl Rizal Makarim, waktu yang baik untuk penggunaan media sosial berkisar antara 30-90 menit (Makarim, 2019).

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* itu sendiri. Pada September 2020 pengguna aktif *Instagram* di Indonesia mencapai lebih dari 78 juta orang (*Instagram user in Indonesia, 2020*). Kemudian berdasarkan data yang dimiliki oleh *Instagram user in Indonesia (2020)*, perempuan adalah mayoritas pengguna *Instagram* di Indonesia. Selain itu, rentang usia pengguna *Instagram* di Indonesia pada September 2020 adalah: (a) Usia 13-17 tahun sebanyak 12,6 persen, (b) Usia 18-24 tahun sebanyak 36,9 persen, (c) Usia 25-34 tahun sebanyak 31,8 persen, (d) Usia 35-44 tahun sebanyak 11,4 persen, (e) Usia 45-54 tahun sebanyak 4,4 persen, (f) Usia 55-64 tahun sebanyak 1,3 persen, dan (g) Usia 65 tahun sebanyak 1,6 persen. Hasil tersebut jelas menunjukkan bahwa

pengguna *Instagram* di Indonesia di dominasi oleh remaja berusia 18-24 tahun. Bahkan saat ini popularitas *Instagram* menggeser popularitas *Facebook* di kalangan remaja. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adishesa disebutkan bahwa hal tersebut didukung oleh hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Riset Piper Jaffray terhadap responden remaja Amerika Serikat yang menunjukkan bahwa 33 persen remaja pada rentang usia 13 sampai 19 tahun cenderung lebih menyukai *Instagram* dibandingkan media sosial lainnya (Kompas, 2015).

Mengakses media sosial *Instagram* diketahui dapat memberikan banyak dampak bagi penggunanya baik berupa dampak positif maupun dampak negatif. Apabila digunakan untuk aktivitas kreatif yang kemudian menghasilkan sebuah karya, maka media sosial *Instagram* dapat sangat membantu untuk menyalurkan ide kreatif serta memperoleh sebuah eksistensi diri yang positif terhadap lingkungan sosialnya (Mahendra, 2017). Valkenburg, Peter, dan Schouten (2006) membuktikan bahwa menerima informasi dari orang lain terhadap konten yang diunggah di media sosial, dapat meningkatkan harga diri (self esteem), kebahagiaan (well-being), dan berhubungan negatif dengan kesepian. Jumlah teman di media sosial juga memiliki hubungan positif dengan kebahagiaan (*subjective well-being*) (Kim & Lee, 2011).

Selain memberikan dampak yang positif, ternyata media sosial *Instagram* juga dapat memberikan dampak yang negatif terhadap penggunanya, terutama bagi remaja. Karena semakin banyak mengakses *Instagram* dapat membuat beberapa orang tidak menghargai dirinya sendiri bahkan merasa tidak puas dengan apa yang dimilikinya dan selalu merasa dirinya kurang karena selalu membandingkan keadaan dirinya dengan orang lain yang sering dilihat di *Instagram* terutama *public figure* yang disebut memiliki *body goals*. Selain itu juga *Instagram* membuat seseorang tidak menjadi dirinya sendiri karena menyediakan banyak fitur filter yang sering digunakan utamanya oleh remaja perempuan yang merasa tidak puas terhadap kondisi dirinya terutama penampilan fisik. Fenomena tersebut dikuatkan oleh hasil penelitian yang berjudul *#StatusofMind* didapatkan hasil yaitu *Instagram* merupakan media

sosial yang sangat berdampak negatif bagi kesehatan serta kesejahteraan remaja dibandingkan dengan sosial media lain yang sering digunakan oleh remaja (Royal Society for Public Health, 2017). Selain itu, menurut Woods dan Scott (2016), remaja yang banyak menggunakan media sosial cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih rendah. Dengan demikian peneliti berpendapat bahwa penggunaan media sosial Instagram juga mungkin akan berdampak buruk terhadap *self-esteem*.

Rosenberg (Surowski, 2000) mengemukakan bahwa *self-esteem* merupakan suatu evaluasi positif ataupun negatif terhadap diri sendiri (*self*). Selanjutnya Coopersmith (1967) mengemukakan bahwa *self-esteem* merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dirinya yang diekspresikan melalui suatu bentuk penilaian yang positif, dan menunjukkan tingkat dimana individu meyakini dirinya sebagai individu yang mampu, penting dan berharga. Berdasarkan hasil penelitian Mulyani, Mikarsa, dan Puspitawati (2018), harga diri menjadi variabel prediktor terhadap perilaku adiksi *Instagram* pada remaja. Pada akhirnya, penggunaan *Instagram* dan *self-esteem* remaja secara timbal balik saling berhubungan. Leary dan Baumeister (2000) mengemukakan bahwa *self-esteem* merupakan sebuah alat ukur yang digunakan individu untuk menilai (melakukan evaluasi) mengenai apa yang dilakukan oleh orang lain. Evaluasi tersebut lebih menekankan pada kebutuhan individu agar dirinya tidak ditolak. Penelitian ini akan lebih fokus membahas tentang bagaimana *self-esteem* pada remaja dengan intensitas penggunaan *instagram* baik yang rendah maupun tinggi.

Masa remaja adalah masa transisi dalam rentang kehidupan manusia yang menghubungkan masa kanak-kanak dan dewasa. Stanley Hall (Hurlock, 1991) mengajukan pandangan bahwa masa remaja merupakan masa “Stress and Storm” yang artinya masa remaja merupakan masa yang dipenuhi dengan konflik dan perubahan suasana hati. Salah satu tugas perkembangan yang penting di usia remaja adalah *identity formation*, sebuah

proses mengeksplorasi dan menegaskan identitas diri mereka. Pembentukan identitas sendiri dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor ekstrapersonal seperti perubahan lingkungan dan pengalaman hidup; serta faktor intrapersonal seperti eksplorasi, komitmen, dan penilaian individu mengenai dirinya. Maka, media sosial seperti *Instagram* dapat menjadi salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan identitas. Seperti yang sudah dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Evelin, Adishesa (2020) disebutkan bahwa dampak dari intensitas penggunaan Instagram yang tinggi akan menyebabkan rendahnya self-esteem pada remaja tersebut. Namun sebaliknya, jika intensitas penggunaan Instagram lebih rendah maka akan menyebabkan tingginya self-esteem pada remaja tersebut.

Stinnett, Walters dan Stinnett (dalam Yahya & Yahya, 2009) menjelaskan bahwa perkembangan *self-esteem* sudah mulai berlaku sejak masa kanak-kanak, proses perkembangan itu akan sangat bergantung pada perhatian, penerimaan, pengakuan, dan juga penghargaan yang didapatkan dari orang lain yang berada di sekitar lingkungan anak. Selain itu *self-esteem* merupakan hasil dari evaluasi yang dibuat dan dipertahankan oleh individu, yang diperoleh dari hasil interaksi individu dengan lingkungan, serta penerimaan penghargaan, dan juga perlakuan orang lain terhadap individu tersebut. *Self-esteem* erat kaitannya dengan mekanisme pembentukan *self-esteem*, dan tiap individu memiliki *self-esteem* yang berbeda-beda yaitu ada yang rendah kemudian ada juga yang tinggi.

Dalam penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *self-esteem* ada banyak faktor yang berhubungan dengan *self-esteem*. Diantaranya yaitu *body image*, *self-objectification*, *self-control* dan kecenderungan narsistik. Selain itu ada juga faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya *self-esteem* yaitu pemberian *feedback* yang positif pada media sosial. Beberapa penelitian tersebut diantaranya penelitian yang berjudul “Hubungan Intensitas Penggunaan *Instagram* dan *Self-esteem* pada Remaja” yang mendapatkan hasil adanya korelasi negatif signifikan antara intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Self-esteem*.

Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan *Instagram* maka semakin rendah *Self-esteem* pada remaja (Adishesa, 2020). Selanjutnya pada penelitian yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna *Instagram*” didapatkan hasil yaitu adanya hubungan negatif yang sangat signifikan antara control diri dan harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa semester awal. Artinya semakin tinggi control diri dan harga diri maka semakin rendah kecenderungan narsistik, begitupun sebaliknya (Laeli et al., 2018). Selain itu, penelitian yang berjudul “Pengaruh Umpan Balik Positif Media Sosial terhadap Self-Esteem pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Negeri Makassar” mendapatkan hasil yaitu tidak terdapat pengaruh positif umpan balik positif media sosial terhadap self-esteem mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Negeri Makassar. Artinya, semakin rendah pemberian umpan balik positif maka semakin rendah pula self-esteem seorang individu (Syamsu et al., 2019)

Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan oleh peneliti pada bulan April 2021 terhadap 30 orang subjek mahasiswa UIN, terdapat berbagai jawaban yang disampaikan oleh responden. Jawaban tersebut diantaranya waktu yang digunakan oleh responden untuk mengakses *Instagram* yaitu antara 1 sampai dengan 5 jam. Menurut responden, hal yang dilakukan pada saat mengakses *Instagram* bermacam-macam seperti mencari informasi terkini, membuka akun pengetahuan, scroll *explore Instagram*, melihat-lihat *instastory*, mencari tahu kehidupan *public figure*, membuka akun-akun *onlineshop*, melihat tutorial masak dan lain sebagainya. Selain itu, responden menyebutkan mengakses *Instagram* dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positifnya yaitu menambah wawasan dan pengetahuan baru karena mudahnya mengakses informasi, sedangkan dampak negatif yang didapat justru lebih banyak yaitu membuat diri sendiri menjadi kurang berharga karena selalu menilai oranglain lebih baik daripada diri sendiri, juga beberapa responden

menyebutkan terlalu lama mengakses *Instagram* hanya membuang waktu saja karena digunakan untuk hal yang tidak penting.

Selanjutnya, hasil studi awal menunjukkan bahwa semakin lama seseorang menggunakan *Instagram* maka hal yang dilakukannya semakin menjauhi kata positif. Beberapa responden yang menggunakan *Instagram* kurang dari 1 jam dalam waktu satu hari mengemukakan bahwa hal yang dibukanya adalah beberapa hal yang menyangkut pengetahuan dan perkembangan zaman, kemudian responden mendapatkan lebih banyak dampak positif daripada negatif. Namun, pada responden yang menggunakan *Instagram* lebih dari 2 jam dalam waktu satu hari mengemukakan bahwa membuka *Instagram* terlalu lama banyak memberikan dampak negatif diantaranya responden menjadi tidak percaya diri, selalu membandingkan diri dengan oranglain yang ada di *Instagram* yang menyebabkan beberapa responden merasa bahwa dirinya tidak berharga, serta cenderung tidak puas dengan kondisi fisik yang dimilikinya. Hasil studi awal tersebut dapat disimpulkan bahwa jika seorang individu terlalu lama mengakses *Instagram* maka membuat individu tersebut merasa semakin tidak berharga dan menganggap bahwa dirinya tidak lebih baik daripada oranglain.

Berdasarkan hasil studi awal, selain dipengaruhi oleh intensitas penggunaan *Instagram* ternyata responden menyebutkan bahwa *body image* atau citra tubuh juga dapat mempengaruhi *self-esteem* yang dimiliki oleh seseorang. Dengan demikian peneliti melakukan studi awal lanjutan yang kemudian responden mengatakan bahwa kepuasan terhadap penilaian tubuh yang dilakukan oleh diri sendiri membuat dirinya merasa berharga serta tidak membandingkan dirinya dengan oranglain. *Body image* itu sendiri adalah konstruksi yang mengacu pada persepsi serta sikap individu terhadap tubuhnya sendiri terutama penampilan fisiknya. Sehubungan dengan hal tersebut, Rozika & Ramdhani (2018) menyebutkan bahwa media sosial *Instagram* memberikan kemudahan bagi seseorang untuk menampilkan citra diri dan gambaran fisik yang ingin ditampilkannya secara *online*, individu

dapat memilih dan menyunting terlebih dahulu gambaran fisik seperti apa yang akan ditampilkannya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini kita berada ditengah masyarakat yang bisa dikatakan memiliki standar mengenai kondisi fisik terutama kecantikan yang banyak menyebabkan terjadinya ketidakpuasan terhadap citra tubuh. Ketidakpuasan terhadap kondisi fisik yang dimiliki oleh seseorang tersebut kemudian dapat berkaitan dengan beberapa gangguan seperti gangguan makan, depresi, juga bisa berujung pada keinginan untuk bunuh diri. Kementerian Sosial mengatakan bahwa hampir 40% kasus bunuh diri yang terjadi pada remaja di Indonesia terjadi akibat adanya *cyberbullying* pada media sosial, dimana yang menjadi penyebab utamanya adalah komentar negatif mengenai citra tubuh. Menurut Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, *body image* adalah konstruksi multifaset yang mengacu pada persepsi dan sikap individu terhadap tubuh mereka sendiri, terutama penampilannya (Cash et al., 2002).

Dalam penelitian sebelumnya yang berjudul “Relasi *Self-esteem* dan *body image* dalam Terpaan Media Sosial Instagram” mendapatkan hasil yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat terpaan media sosial *Instagram* terhadap tingkat persepsi mengenai *body image*, dan juga terdapat pengaruh tingkat persepsi mengenai *body image* terhadap tingkat *self-esteem*. Hasil ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* dapat memengaruhi citra tubuh yang dimiliki oleh seseorang yang kemudian juga memengaruhi *self-esteem* (Martanatasha & Primadini, 2019). Selain itu penelitian sebelumnya yang berjudul “Hubungan antara Harga Diri dan *Body Image* dengan *Online Self-Presentation* pada Pengguna *Instagram*” mendapatkan hasil yaitu terdapat hubungan positif antara harga diri dan *body image* dengan *online self-presentation*. Harga diri dan *body image* dapat memprediksi *online self-presentation* (Rozika & Ramdhani, 2018). Penelitian lain yang berjudul “*Body image perception is related to self-esteem of the adolescents with acne*

vulgaris” didapatkan hasil yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi citra tubuh dengan harga diri remaja penderita akne vulgaris. Hasil tersebut menyebutkan bahwa remaja dengan akne vulgaris yang memiliki citra tubuh positif memiliki harga diri yang lebih tinggi, begitu pula sebaliknya (Ramadhanty & Hamid, 2021).

Mengingat pentingnya *self-esteem* dan *body image* dalam perkembangan remaja yang sangat mudah terpapar dampak dari penggunaan *Instagram*, maka penelitian ini dilakukan agar dapat membuktikan bagaimana hubungan antara Intensitas Penggunaan *Instagram* dan *Body Image* dengan *Self-esteem* pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel *body image* sebagai variabel bebas 2 atau X2. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara Intensitas Penggunaan *Instagram* dan *Body Image* dengan *Self-esteem* pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan *Instagram* dan *Body Image* dengan *Self-esteem* pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?”

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan *Instagram* dan *Body Image* dengan *Self-esteem* pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.”

Kegunaan Penelitian

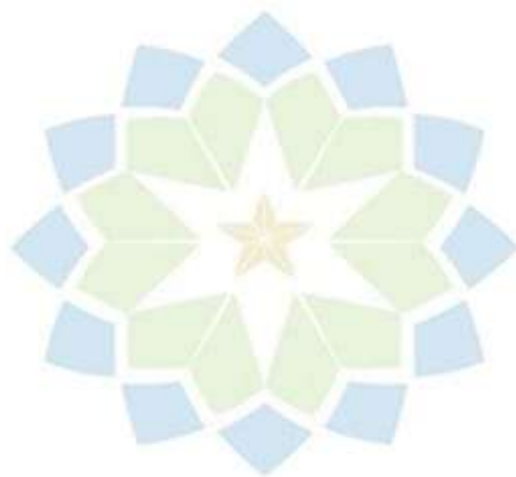
Adapun kegunaan penelitian yang akan diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat khususnya dalam bidang pengetahuan Psikologi dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai bagaimana *self-esteem* dan *body-image* pada remaja yang menggunakan media sosial *Instagram*.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan bagi pengguna media sosial khususnya *Instagram* agar dapat menggunakan media sosial secara tepat.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG