

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Latar Belakang Masalah

Terbukti bahwa media sosial memiliki pengaruh penting bagi eksistensi manusia di era globalisasi ini. Pentingnya media sosial terlihat di hampir setiap aspek kehidupan. Mulai dari berkirim pesan dengan teman, berbagi informasi, hingga mencari berita yang sedang populer saat ini di lingkungan sekitar. Jadi ada pendapat yang mengatakan bahwa media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan penting hampir semua orang, Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk bertukar konten teks, gambar, suara, dan video dengan orang lain maupun dengan bisnis. Prediksi [statista.com](https://www.statista.com). pada tahun 2022, akan ada 4,59 miliar pengguna aktif media sosial, mempertimbangkan bahwa pertumbuhannya sejak 2017 dan akan meningkat sebanyak 5,85 miliar pada tahun 2027.

Menurut statistik studi We Are Social dan Hootsuite (2022), sudah ada 191,5 juta pengguna media sosial di Indonesia atau 4,17% dari seluruh pengguna di seluruh dunia. Pada tahun 2022, 88,7% pengguna Whatsapp di Indonesia menggunakan aplikasi media sosial. Pengguna Instagram berada di urutan kedua dengan 84,8% dari total populasi, diikuti oleh pengguna Facebook dengan 81,3% dari total populasi dan pengguna Tik Tok. 63,1% dari total penduduk Indonesia. Bagi orang Indonesia, Instagram adalah platform jejaring sosial terpopuler kedua. Total penggunanya mencapai 99,5 juta orang, 52,3% di antaranya perempuan dan 47,7% laki-laki.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, mengeditnya dengan filter digital, dan mempostingnya ke berbagai situs jejaring sosial, termasuk Instagram. Atmoko (2012). Program ini memungkinkan pengguna untuk mengabadikan dan berbagi momen kehidupan secara real time melalui gambar dan video (Hu et al., 2014). Penelitian Al Habash dan Ma dari tahun 2017 menemukan bahwa alasan utama orang bermain Instagram adalah untuk bersenang-senang, menghabiskan waktu, mengekspresikan diri, menggunakan hidup, berbagi pengetahuan, dan terlibat dengan orang lain. Mempelajari dan mengamati kehidupan orang lain menjadi motivasi utama dalam menggunakan Instagram, menurut penelitian Sheldon dan Bryant (2016).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling marak digunakan kedua di Indonesia. Aplikasi mengunggah foto dan video ini dapat diakses kapan pun dimana pun bahkan oleh beberapa akun dalam satu perangkat yang bersamaan. Kemudahan login ini disebut dengan *multiple-login account*. Fitur ini membuat banyak orang tidak hanya memiliki 1 akun, namun memungkinkan para penggunanya untuk membuat lebih dari 1 atau 2 akun. Maraknya penggunaan akun kedua instagram ini mengupas fenomena baru yang terdapat dalam media sosial sebagai refleksi diri yang sebenarnya terjadi pada seseorang dibalik citra yang mereka bangun di akun pertamanya.

Setiap pengguna berusaha menampilkan atribut terbaiknya di akun pertama melalui postingan yang mereka unggah. Menurut temuan penelitian Marcus (dalam Sheldon & Bryant, 2016), Instagram lebih merupakan *platform* bagi pengguna untuk menampilkan identitas pribadi mereka daripada membangun hubungan dengan pengguna lain. Karena kecenderungan mereka untuk memajang, orang akan sering bertindak seolah-olah sedang melakukannya, berkonsentrasi untuk menampilkan foto terbaik, kerajinan tangan, dan aktivitas menarik mereka (Vogel et al., 2014). Posting Instagram akan memaparkan orang pada kehidupan ideal

yang digambarkan oleh teman atau siapa pun yang mereka ikuti, selain menunjukkan sisi terbaik dari kehidupan (Ho et al., 2016). Orang dapat lebih mudah membandingkan diri mereka dengan teman mereka sendiri di media sosial karena kesederhanaannya setiap kali mereka menelusuri *feeds* mereka. Mayoritas (91,6%) dari 116 peserta berusia 18 hingga 25 tahun yang mengikuti studi pendahuluan dan mengaku menggunakan perbandingan sosial untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain di media sosial memberikan bukti tambahan untuk masalah ini. Responden yang dituju adalah mahasiswa karena menurut survei yang diberikan oleh APJII, pengguna media sosial intensitas tinggi adalah orang-orang dengan gelar yang lebih tinggi, artinya semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin intens mereka menggunakan dan mengakses media sosial (APJII, 2015).

Suls et al. (2000) mendefinisikan perbandingan sosial sebagai tindakan membandingkan diri sendiri dengan orang lain untuk mengevaluasi atau meningkatkan fitur tertentu dari diri sendiri. Kecenderungan individu untuk membandingkan kebutuhan, keadaan, dan pengalamannya dengan orang lain dikenal sebagai perbandingan sosial (Buunk & Gibbons, 2005). Menurut Wood (dalam Vogel et al. 2014), perbandingan sosial dapat dilakukan dalam dua arah yang berbeda: ke atas (di mana orang membandingkan diri mereka dengan mereka yang dianggap lebih tinggi) dan ke bawah (di mana orang membandingkan diri mereka dengan orang lain yang dinilai lebih buruk). Orang menggunakan Instagram lebih sering untuk membuat perbandingan sosial ke atas daripada ke bawah (Fioravanti et al., 2020). Efek menguntungkan dari perbandingan sosial ke atas pada orang dapat termasuk membangkitkan motivasi untuk menjadi serupa dengan yang dibandingkan, tetapi media sosial cenderung mendorong perbandingan sosial yang lebih ke atas, yang merugikan *subjective well-being* setiap orang (Vogel dkk:2014).

Ketika seseorang secara efektif menarik perhatian ke unggahan mereka dengan menampilkannya, mereka cenderung melacak jumlah suka, komentar, dan pembagian yang telah diterima unggahan tersebut. *Social currency* didefinisikan sebagai *like*, komentar, dan bagikan (Bailey Parnell, 2019). Mirip dengan *Social currency* persepsi orang tentang nilai atau bahkan validasi orang lain bergantung pada seberapa banyak perhatian yang mereka terima. Sedangkan hal yang diunggah yang ditampilkan di media sosial adalah yang dihargai. Menurut komentar Bailey selama presentasinya di tahun 2019:

“ *We are tying up our self-worth of what others think about us and quantifying it for everyone to see, and we’re obsessed.*”

Fenomena ini sesuai dengan hasil studi awal peneliti yang mana sebagian dari responden (51.3 %) cukup sering memantau perkembangan *likes, comments* pada sesuatu yang mereka unggah di Instagram.

Amber Quinney (2019) dalam seminarnya mengatakan bahwa “*social media has created the fake world of perfection that we curated our lives around this fake sense of perfection*” Ini menghasilkan ketegangan internal dalam diri orang tersebut ketika mereka berusaha mencapai tujuan yang sama dengan orang lain *Fear of Missing Out* atau FOMO (takut ketinggalan). Berita, tren masyarakat, dan hal lainnya juga dapat menyebabkan FOMO. Banyak pengguna media sosial yang terus-menerus membandingkan pencapaian mereka dengan pencapaian orang lain (seperti kelulusan, pernikahan, promosi pekerjaan, dll.) Menempatkan diri mereka di bawah tekanan sosial dan mempertimbangkan untuk sementara menutup akun mereka atau menonaktifkannya. Kejadian ini sejalan dengan hasil survei awal peneliti yang mengungkapkan bahwa mayoritas responden (68,9%) pernah mempertimbangkan atau bahkan berkesempatan untuk membatalkan akun Instagram mereka di beberapa titik. Motivasi utama untuk melakukannya adalah untuk menghindari dari lingkungan online yang merugikan.

Meskipun tiga tekanan yang disebutkan di atas (*FOMO*, *social currency*, dan *highlight reels*) mungkin tidak mudah terlihat, banyak pengguna media sosial yang terpengaruh olehnya. *Reels* yang menyebabkan orang membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam situasi sosial dan ketakutan tertinggal menyebabkan tekanan sosial bagi sebagian orang, yang akhirnya memutuskan untuk sementara menonaktifkan akun mereka untuk membebaskan diri dari sifat *toxic* dunia media sosial.

Penggunaan Instagram tanpa batas mengubah kehidupan menjadi program tontonan global yang dapat ditonton siapa saja. Setiap orang memiliki kemampuan untuk melihat dan mengomentari semua yang dibagikan. Tanpa disadari, situs berbagi gambar dan video ini semakin memaksakan persyaratan kepada anggotanya untuk menjaga citra diri demi menghasilkan standar konten yang tinggi. Tampaknya pengguna harus mematuhi pedoman ketat ini untuk menghindari komentar yang tidak menyenangkan dan sedikit suka. Hal ini mendorong individu untuk berlomba-lomba memamerkan kekayaan dan daya tarik mereka untuk menunjukkan keberadaan mereka, yang mungkin mendorong sanjungan.

Orang-orang yang menganggap persyaratan dan standar ini menindas akhirnya membuka akun Instagram kedua yang lebih privat dan eksklusif untuk teman dan keluarga terdekat mereka. Mengingat bahwa hanya orang yang mereka kenal dengan konten akun pengikut atau teman mereka yang dapat melihatnya, mereka bebas mengunggah apa pun yang mereka inginkan tanpa mengkhawatirkan *social currency*. jumlah suka, komentar, atau ujaran kebencian. Mayoritas pengguna Instagram memiliki banyak akun atau profil, dan 93% di antaranya adalah wanita, menurut penelitian yang mendukung hal tersebut. Dibandingkan dengan pria, wanita terlibat dalam aktivitas media sosial termasuk mengunggah *selfie* dan menerapkan lebih banyak filter pada gambar mereka (Dhir et al., 2016). Ini karena wanita ingin menampilkan diri dengan berbagi foto *selfie*.

Hal ini disebabkan karena wanita suka menampilkan dirinya secara *online* dan menunjukkan daya tariknya dengan memposting *selfie* (Manago et al., 2008). Selain itu, wanita menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial daripada pria (Barnes et al., 2019). Wanita juga merasakan penyerapan kognitif yang lebih tinggi. Menurut Nesi dan Prinstein (2015) terdapat korelasi langsung antara perbandingan diri dengan perkembangan gejala depresi pada wanita.

Menurut hasil studi awal, orang sering memiliki dua akun (62%) tetapi beberapa dari mereka memiliki tiga akun (31%) juga. Pengguna akun kedua yang menggunakan identitas anonim (69%) tidak mencantumkan bagian apapun dari namanya di akun kedua. Akun kedua memiliki tujuan tersendiri, menurut penggunanya. Selain memberikan kebebasan kepada pengguna untuk berbagi unggahan, akun kedua juga memberi pengguna tempat untuk curhat (46,6%), mengikuti toko online (39,7%), menguntit orang dan selebritas (48,3%), serta mengatur *feed* akun pertama. (24,1%), sedangkan 5,1% pengguna menggunakan akun kedua untuk mencari lowongan pekerjaan. Akun kedua dipilih sebagai situs unggahan yang paling sering digunakan (70,7%) oleh responden. Selain itu, 69% dari mereka setuju bahwa mengunggah di akun lain meningkatkan suasana hati mereka.

Pengguna dapat mengakses akun keduanya dengan lebih mudah berkat kemudahan *login* beberapa akun di program Instagram (yang memungkinkan pengguna memasukkan dua akun berbeda dalam aplikasi yang sama). Menurut studi oleh Becker, Alzahabi, dan Hopwood (2013), ada korelasi kuat antara *multitasking* media dan konsumsi media secara keseluruhan serta depresi dan kecemasan sosial. Menurut studi Soliha (2015), kesepian, kesedihan, dan kecemasan sosial berdampak besar pada ketergantungan seseorang pada media sosial. Alhasil, penggunaan akun kedua diduga dilatarbelakangi oleh kecemasan sosial pengguna Instagram. Dan penelitian ini berupaya untuk mempelajari lebih dalam apakah pengguna Instagram di

Indonesia yang menggunakan akun kedua tersebut mengalami *social anxiety* dan apa pun yang mungkin berdampak pada kecemasan sosial.

The American Psychiatric Association (APA) menggambarkan kecemasan sosial sebagai “ketakutan terhadap situasi sosial yang berkaitan dengan kinerja, dimana individu yang merasakan hal tersebut lebih berhati-hati terhadap orang-orang di sekitarnya karena memiliki persepsi dipermalukan atau dipermalukan”. Menurut Gui (2010), seseorang dengan kecemasan sosial pada dasarnya tidak yakin akan dirinya sendiri dalam situasi sosial, takut mempermalukan dirinya sendiri, atau takut orang lain akan menilai dirinya terlalu keras. Emosi, suasana hati, dan cara orang melihat atau menilai seluruh hidup mereka semuanya dipengaruhi oleh keyakinan bahwa orang lain menghakimi mereka (de Vries et al., 2018). *Subjective well-being* (SWB) adalah proses menilai seluruh keberadaan seseorang.

Penilaian individu atas seluruh keberadaannya inilah yang dikenal sebagai *subjective well-being* (Diener, 2000). Penilaian tersebut mempertimbangkan unsur afektif (pengaruh positif dan pengaruh negatif) dan kognitif (kepuasan hidup atau kepuasan hidup) (Diener, 2000). Penilaian afektif mencakup tanggapan emosional yang dimiliki orang untuk setiap kejadian dalam hidup mereka (suasana hati), sedangkan evaluasi kognitif terjadi ketika orang mengevaluasi kebahagiaan mereka dengan kehidupan secara keseluruhan. Berbeda dengan sensasi negatif yang berlebihan, yang dapat mengakibatkan masalah kejiwaan, kepuasan hidup dan perasaan menyenangkan akan membuat seseorang dapat memaksimalkan kualitas hidupnya (Suldo, 2009). Oleh karena itu, setiap orang perlu bertanggung jawab atas pengendalian emosi yang sehat. *SWB* dipengaruhi oleh berbagai variabel, antara lain perbandingan sosial, harga diri, kepribadian, orientasi tujuan, dan kekayaan (Diener, 2009).

Penggunaan media sosial secara teratur meningkatkan perkembangan norma sosial yang ketat yang harus dipatuhi dan menghasilkan perbandingan sosial dalam diri seseorang,

yang dapat mengakibatkan kecemasan sosial (*social anxiety*) dari rasa takut dihakimi oleh orang lain dan akhirnya berdampak pada kesejahteraan subjektif orang tersebut. Berdasarkan uraian telah yang disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh *social comparison* dan *social anxiety* terhadap *subjective-well being* pada pengguna akun kedua Instagram”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah terdapat pengaruh *social comparison* dan *social anxiety* terhadap *subjective-well being* pada pengguna akun kedua Instagram?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah pada penelitian ini, terdapat tujuan dari penelitian yang akan dikaji sebagai berikut:

Untuk mengetahui pengaruh *social comparison* dan *social anxiety* terhadap *subjective-well being* pada pengguna akun kedua Instagram.

Kegunaan Penelitian

Setelah uraian dari tujuan penelitian diatas, penelitian ini memiliki kegunaan penelitian yang akan diperoleh adalah sebagai berikut :

Kegunaan teoritis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambahkan kajian ilmu pengetahuan mengenai *social comparison* dan *social anxiety* serta *subjective-wellbeing* dalam pengembangan teori yang berkaitan dengan ilmu psikologi sosial dan psikologi positif.

Kegunaan praktis. Secara praktis, penelitian diharapkan berguna:

- a. Bagi para masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk membantu memahami konsep *social comparison* dan *social anxiety* serta dampaknya bagi *subjective-well being*.
- b. Bagi calon peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk meneliti dalam melakukan penelitian dengan tema *social comparison* dan *social anxiety* dan *subjective-wellbeing*.

