

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini, manusia dan teknologi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Kemudahan dalam mengakses internet menjadi salah satu hal yang menggambarkan kemajuan teknologi saat ini, terutama dalam hal komunikasi dan informasi. Sejak kemunculannya, internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 2022-2023, pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang atau setara dengan 78,19% total populasi. Berkat adanya internet, hampir segala kebutuhan manusia dapat terpenuhi, mulai dari kebutuhan bersosialisasi, akses informasi, sampai dengan hiburan. Hal ini tentu saja dirasakan manfaatnya oleh masyarakat Kota Bandung, mengingat kota ini termasuk salah satu kota besar yang tentu memiliki aktivitas *online* yang tinggi. Menurut pemerintah Kota Bandung, 2,1 juta orang penduduknya adalah pengguna internet, atau setara dengan 85,2% dari total penduduk di Kota Bandung itu sendiri (Ramdani, 2021). Fakta ini juga menjadi salah satu faktor yang menjadikan Jawa Barat menempati peringkat ketiga Provinsi dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di Indonesia.

Kehadiran internet membawa perubahan besar dalam hal komunikasi, belajar, bekerja, dan bersosialisasi. Salah satu perubahan yang dirasakan dengan adanya internet ini adalah lebih mempermudah kita untuk terhubung dengan orang lain, yaitu dengan mengakses media sosial. Hadirnya media sosial memainkan peran penting dalam hal interaksi manusia, sebab proses interaksi menjadi tidak terbatas jarak dan waktu. Beberapa contoh media sosial yang paling populer pada tahun 2023 diantaranya adalah Instagram, Facebook, Twitter, Tik tok, dan lain sebagainya. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan,

popularitas Instagram mengalami peningkatan sejak pertama kali muncul yaitu pada 2010 dengan lebih dari 500 juta pengguna aktif setiap bulannya (Jackson & Luchner, 2018).

Dilansir dari laporan We Are Social, pada November 2023 Indonesia menjadi negara peringkat keempat pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu dengan 104,8 juta pengguna aktif. Rata-rata usia pengguna Instagram berada pada rentang usia 18-24 tahun. Usia tersebut termasuk pada kategori usia dewasa awal, atau lebih tepatnya usia peralihan dari remaja ke dewasa. Usia tersebut dikenal dengan istilah *emerging adulthood*, yang mana salah satu karakteristik pada masa ini adalah terkait dengan eksplorasi identitas diri yang berkaitan dengan membentuk citra diri mereka kepada orang lain. Di masa ini, individu memiliki keinginan untuk dikagumi dan mendapat pengakuan publik yang mendorong mereka untuk menunjukkan eksistensinya (Sakti et al., 2013). Oleh karena itu, media sosial merupakan salah satu alat atau sarana yang digunakan untuk dapat membentuk citra diri mereka.

Instagram merupakan jenis media sosial yang fungsinya menekankan pada aspek visual yang fokusnya pada foto dan video, tidak seperti media sosial lainnya yang berfokus hanya pada sebuah tulisan. Melalui platform Instagram, individu memiliki ruang untuk dapat menampilkan visualisasi yang terbaik dari dirinya, didukung dengan fitur-fitur yang mendukung hal tersebut (Hendraswara et al., 2021). Pengguna Instagram secara aktif berbagi foto, cerita, dan konten visual lainnya untuk membangun citra diri mereka di dunia maya. Fenomena ini sering kali melibatkan praktik *self-presentation*, yaitu upaya untuk menciptakan, memodifikasi, dan mempertahankan kesan tertentu yang diinginkan dari orang lain (Brown dalam Rosen et al., 2015).

Dalam konteks Instagram, *self-presentation* sering kali digunakan untuk mendapatkan citra yang menarik dan sempurna. Penelitian yang dilakukan oleh Baker et al (2019)

menunjukkan bahwa postingan yang dibagikan oleh seseorang di Instagram merupakan gambar ideal yang telah dimodifikasi dengan diedit ataupun difilter. Hal ini mengarah pada fenomena *perfectionistic self-presentation*, yaitu bentuk presentasi diri yang mengacu pada kecenderungan seseorang untuk tampil sempurna dan menutupi ketidaksempurnaannya di hadapan publik (P. L. Hewitt et al., 2003). Selain itu, pendapat lain juga mengatakan bahwa *perfectionistic self-presentation* merujuk pada keinginan seseorang untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin (Hellmann, 2016). Terdapat tiga aspek yang menunjukkan perilaku *perfectionistic self-presentation*, yaitu *perfectionistic self-promotion* atau promosi diri yang perfeksionis, *nondisplay of imperfection* atau tidak menunjukkan ketidaksempurnaan, dan *nondisclosure of imperfection* atau tidak mengungkapkan ketidaksempurnaan (P. L. Hewitt et al., 2003).

Individu yang memenuhi ketiga aspek tersebut berarti termasuk yang melakukan *perfectionistic self-presentation*. Mereka akan berusaha untuk tampil ideal dengan memperlihatkan kesempurnaan yang dimiliki dan menutupi ketidaksempurnaannya. Dalam hal ini, individu cenderung menilai penampilan fisik mereka agar sesuai dengan standar kecantikan atau standar kesempurnaan yang berlaku pada lingkungan sosial dimana mereka berada. Hal ini disebabkan karena kebanyakan individu yang menginjak usia peralihan dari remaja ke dewasa cenderung ingin diterima oleh teman sebayanya, sehingga mereka lebih mementingkan penampilan fisiknya sebagai cara untuk mendapatkan validasi dari orang lain (Padín et al., 2021).

Selain itu, ketika individu berusaha untuk memperlihatkan kesempurnaan di media sosial ini akan berdampak pada gaya hidup serta perilaku mereka. Menurut penelitian Purbaningrum & Jatmika (2024) individu akan berlomba-lomba mengikuti *trend* dan cenderung hidup hedonis, sebab hal ini dipengaruhi oleh sesuatu yang mereka lihat di media sosial, seperti kehidupan yang glamor seorang *influencer*, ataupun dari lingkungan pergaulan yang banyak bermain dan

menghabiskan waktu di luar, senang membeli barang mahal dan bermerek, dan lain sebagainya. Hal ini tentu dapat mempengaruhi bagaimana akhirnya hal-hal tersebut dianggap sebagai tolok ukur kehidupan sempurna yang ditampilkan di media sosial, sehingga individu berusaha mencapainya dengan berbagai cara, dan salah satunya untuk mendapatkan validasi bahwa mereka memiliki citra yang sempurna.

Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, wanita sering kali merasakan tekanan yang lebih besar untuk menampilkan citra yang sempurna dan menarik di media sosial. Wanita lebih memperhatikan aspek penampilan fisik, gaya hidup, dan pencapaian yang dinilai ideal di hadapan publik (Eka Yan Fitri & Chairael, 2019). Selain itu, wanita cenderung berusaha memenuhi standar yang ditetapkan orang lain atau yang berlaku di masyarakat terkait bagaimana mereka harus tampil di media sosial. Dalam media sosial Instagram khususnya, perempuan cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain yang mereka lihat di Instagram sehingga sering kali mereka melakukan evaluasi terhadap tubuhnya (Anggrainy, 2022). Oleh karena itu, mereka mungkin lebih sering melakukan penyuntingan atau memodifikasi foto dan memilih foto yang menunjukkan sisi terbaik kehidupan yang mereka miliki untuk dapat membentuk citra yang sempurna di dalam platform media sosial yang mereka gunakan.

Menurut Feliho (2019) semakin perfeksionis seseorang, semakin orang tersebut berusaha untuk tampil sempurna, dan individu dengan tingkat perfeksionisme yang tinggi rentan terhadap perilaku *perfectionistic self-presentation*. Hewitt et al., (2003) menyatakan bahwa mengekspresikan perfeksionisme yang dilakukan dalam presentasi diri dapat dipahami sebagai gaya representasi diri yang maladaptif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri yang perfeksionis berhubungan dengan kecemasan, baik itu pada anak, remaja, maupun dewasa (Flett et al., 2012; P. L. Hewitt et al., 2003, 2011). Selain itu, *perfectionistic self-presentation*

juga ditemukan mempengaruhi *eating disorders* dan *body image evaluation* (McGee et al., 2005; Stoeber et al., 2017) juga dinilai lebih rentan terhadap stress dan depresi (Besser et al., 2010).

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti membuat survei dalam melakukan studi awal untuk melihat fenomena *perfectionistic self-presentation* terhadap 30 orang wanita berusia 18-24 tahun, berdomisili di Kota Bandung, dan aktif menggunakan Instagram. Hasil dari survei menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) melakukan pengeditan atau menggunakan filter untuk sesuatu yang mereka posting di Instagram. Responden juga mengungkapkan beberapa alasan mereka mengedit dan menggunakan filter, yang mendasari mereka ingin menampilkan sesuatu yang bagus dan terlihat sempurna di media sosial, diantaranya karena ingin menunjukkan sisi terbaik dirinya dan *ideal self* yang ingin ditampilkannya, ingin terlihat menarik sehingga dapat membuat orang lain terkesan, adanya keinginan untuk memenuhi sesuatu yang dianggap sebagai standar sosial, dan merasa lebih percaya diri jika menampilkan sesuatu yang terlihat bagus dan sempurna. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang mungkin tidak menunjukkan dirinya yang apa adanya, dengan berbagai alasan yang membuat mereka hanya ingin menampilkan sesuatu yang terlihat menarik saja.

Selain itu, ketika merasa tidak berhasil menunjukkan kesempurnaan yang diharapkan, hanya 6 (20%) dari 30 responden yang merasa tidak menjadi masalah ketika dirinya tidak berhasil memberikan kesan yang sempurna, mereka tidak menghapus postingan, namun mencoba untuk lebih fokus dan berdamai dengan diri sendiri dengan menurunkan ekspektasi yang dimiliki. Sisanya 24 (80%) responden mengatakan bahwa mereka merasa kecewa dan lebih memilih untuk menghapus postingannya atau menggantinya dengan yang lebih baik. Dengan ini, maka dapat dikatakan bahwa lebih banyak responden yang masih mementingkan tanggapan

orang lain dan berkeinginan untuk terkesan sempurna di media sosial mereka, serta tidak mengambil langkah untuk lebih fokus terhadap diri sendiri.

Secara konseptual, *self-compassion* kemungkinan dapat berperan secara adaptif dalam dimensi perfeksionisme untuk mempertahankan pandangan yang positif melalui penerimaan diri. *Self-compassion* sendiri memiliki pengertian sebagai kasih sayang yang ditunjukkan untuk diri sendiri saat mengalami kesulitan, kegagalan, atau penderitaan, serta melihat pengalaman tersebut sebagai bagian dari pengalaman manusia pada umumnya (Neff, 2003). Sebuah studi menunjukkan bahwa dimensi perfeksionisme dikaitkan dengan *self-compassion* yang lebih rendah, karena dinilai mengganggu pengembangan pola pikir *self-compassion* (Linnett & Kibowski, 2020). Perfeksionisme yang maladaptif mengakibatkan distress melalui *self-compassion* yang rendah karena cenderung mengarah pada *self judgment*, *over-generalization*, dan *self-blame* (Kawamoto et al., 2022). Dalam hal ini, *self-compassion* dapat mengurangi tingkat stress dan kecemasan yang timbul dari tekanan untuk tampil sempurna, karena individu dengan tingkat *self-compassion* tinggi dapat menumbuhkan penghayatan positif dalam dirinya dan akan berperan dalam mengurangi emosi negatif serta rasa ketakutan terhadap suatu penolakan sosial (Repi, 2019).

Pada dasarnya, *self-compassion* mengajarkan individu untuk tidak bersikap keras terhadap diri sendiri, dapat menerima kekurangan diri, dan fokus pada penerimaan diri bukan penilaian dari orang lain. Sebagaimana ketiga aspek utama dari *self-compassion* itu sendiri, yaitu *self-kindness vs self-judgment*, *common humanity vs isolation*, dan *mindfulness vs over-identification* (Neff, 2003). Meskipun *self-compassion* mengharuskan individu untuk tidak mengkritik diri sendiri yang gagal memenuhi standar ideal, bukan berarti kegagalan ini tidak diperhatikan, tetapi *self-compassion* lebih mendorong kepada kelembutan dan kesadaran.

Individu dengan *self-compassion* yang rendah cenderung menunjukkan perilaku *perfectionistic self-presentation* dan mengalami distress ketika gagal memenuhi standar yang tidak realistis, berbeda halnya dengan individu yang memiliki *self-compassion* tinggi yang merasa tidak memiliki kewajiban untuk menampilkan diri mereka dengan cara yang sempurna kepada orang lain (Brodar et al., 2015). Dalam hal ini, *self-compassion* melibatkan pemahaman bahwa kesalahan dan kekurangan merupakan bagian alami dari manusia, dan seseorang berhak merasa empati dan memiliki penerimaan diri dalam situasi yang sulit sekalipun.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Brodar et al (2015) pada siswa mahasiswa beragama Kristen yang mengambil bagian dalam pelayanan di dalam kelas kampus Kristen, dan Firstandhani (2021) pada remaja yang mengalami masalah kulit wajah, keduanya menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *self-compassion* dengan *perfectionistic self-presentation*, yaitu semakin tinggi *self-compassion* maka semakin rendah *perfectionistic self-presentation*, dan begitupun sebaliknya. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian Tiara & Qodariah (2022) yang melakukan penelitian dengan topik yang sama pada remaja akhir pengguna Tik tok. Meskipun penelitian sama-sama berada dalam konteks perilaku di media sosial, penelitian ini akan mengkaji pada subjek dengan penggunaan jenis media sosial yang berbeda yaitu Instagram. Pengguna Instagram menjadi menarik untuk dikaji karena memiliki perbedaan dengan pengguna Tik tok. Instagram merupakan platform yang berfokus pada citra visual yang menarik sehingga orang menampilkan konten sehari-hari terkait gaya hidup melalui foto atau video yang dikemas dengan cara yang lebih menarik dan memperhatikan estetika tertentu, berbeda dengan Tik tok yang lebih banyak digunakan untuk tujuan hiburan, melalui video pendek yang berisi konten berbagi pendapat, cerita yang berbasis narasi, dan mengekspresikan diri yang lebih kreatif melalui tarian, musik, dan lain-lain (Maria, 2022). Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas,

dan didukung dengan adanya hasil studi awal yang telah dilakukan, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut terkait hal tersebut, untuk melihat apakah terdapat pengaruh *self-compassion* terhadap *perfectionistic self-presentation* pada pengguna media sosial Instagram, khususnya di Kota Bandung.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembahasan masalah di atas, penelitian ini akan mengkaji apakah terdapat pengaruh *self-compassion* terhadap *perfectionistic self-presentation* pada pengguna media sosial Instagram?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *self-compassion* terhadap *perfectionistic self-presentation* pada pengguna media sosial Instagram.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi terutama pada bidang *Cyberpsychology*, Psikologi Sosial, Psikologi Klinis, Psikologi Perkembangan, dan Psikologi Positif, khususnya dalam fenomena *perfectionistic self-presentation* yang berkembang di era media sosial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana *self-compassion* dapat mempengaruhi perilaku seseorang di media sosial khususnya pada platform Instagram.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan mampu membuat pembaca khususnya individu yang sedang dalam masa peralihan dari remaja ke dewasa untuk lebih menumbuhkan *self-*

compassion dan meningkatkan penerimaan diri sebagai cara untuk mengurangi perfeksionisme yang mengarah pada kecenderungan maladaptif dan dapat meningkatkan kesejahteraan mental. Sebab usia remaja ke dewasa merupakan masa dimana mereka merasakan tekanan dalam pencarian identitas menyesuaikan diri dengan standar sosial dan ekspektasi yang ada, sehingga penerimaan diri melalui *self-compassion* yang kuat dapat membantu mereka mengatasi tekanan dan tantangan yang dihadapi serta menghindari sikap perfeksionisme yang dapat mempengaruhi kesejahteraan mentalnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan fenomena yang sama.

