

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LatarBelakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan canggih ini, menggiring manusia memasuki era digital. Perkembangan era digital telah mengubah banyak aspek kehidupan menjadi lebih terhubung secara digital, sehingga menciptakan efisiensi yang signifikan. Salah satu manfaat utamanya adalah akses mudah ke teknologi komunikasi dan informasi melalui internet. Internet merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan untuk memudahkan setiap orang berkenalan dan berinteraksi secara virtual (*Online*) sehingga dapat menjalin hubungan yang akrab dengan setiap individu lainnya dari belahan dunia manapun tanpa kendala yang. Salah satu teknologi yang memanfaatkan internet adalah *Smartphone*. *Smartphone* sendiri merupakan teknologi komunikasi berbasis internet yang mudah dibawa kemana mana dan sudah menjadi kebutuhan primer untuk tiap individu. Hadirnya *smartphone* dan internet menyebabkan adanya perubahan dalam berkomunikasi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Buntaran dan Helmi (2015), diketahui bahwasannya terjadi perkembangan dalam cara berkomunikasi antar individu. Perkembangan ini terlihat dari bagaimana dulu orang berinteraksi yang hanya mengandalkan tatap muka atau menyampaikan pesan dari orang ke orang, mulai berkembang menjadi komunikasi yang termediasi oleh teknologi. Hal ini disebabkan oleh perkembangan era digital yang signifikan..

Salah satu fasilitas internet yang mewadahi antar individu agar tetap saling terhubung dan berinteraksi sosial secara virtual atau *online* adalah media sosial. Media sosial dapat memfasilitasi penggunaanya untuk tetap berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi kegiatan yang dilakukan.

Diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Kaplan dan Haenlin (Sherlyanita dan Rakhmawati, 2016). Media sosial merupakan sejenis aplikasi online yang menggunakan teknologi Web 2.0 dan memberikan kemampuan kepada pengguna untuk menciptakan, berbagi, dan bertukar konten melalui akun pribadi dan memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi dalam komunikasi dan mengekspresikan diri dalam berbagai bentuk, seperti blog, jejaring sosial, forum, wiki, dan sejenisnya.

Media sosial menyediakan banyak *platform* seperti *instagram*, *facebook*, *youtube*, *twitter*, *linked*, *line*, *whatsapp*, *pinterest*, *snapchat* dan lain-lain. Pendapat yang dipaparkan oleh Oh dan Syn (Ardi dan Sukmawati, 2019), media sosial diidentifikasi memiliki enam fungsi dasar, diantaranya adalah manajemen identitas pengguna, upaya menemukan ahli di internet, kesadaran konteks, manajemen konten, kesadaran jaringan dan pertukaran konten. Data statistik yang dilansir oleh JabarProv (2019) menunjukkan, pengguna media sosial di Indonesia berkisar 150 juta pengguna, 16,4 juta diantaranya berada di Jawa Barat. Kota Bandung merupakan pengguna media sosial facebook terbanyak se-Jawa Barat kemudian diikuti oleh Bekasi dan Bogor. Berdasarkan hasil data survei yang dilakukan oleh *We Are Social* dan dilaporkan pada Januari 2021 memaparkan beberapa data diantaranya yaitu 99,8% dalam satu bulan perilaku pengguna media sosial di Indonesia mengeksplor jaringan sosial atau *messenger*, 94,5% aktif menggunakan atau berkontribusi terhadap media sosial, menghabiskan waktu perhari dalam menggunakan media sosial selama 3 Jam 14 Menit, rata-rata pengguna media memiliki 10 akun media sosial, 60% pengguna internet ditujukan untuk pekerjaan. Kemudian, berdasarkan klasifikasi usia 13-17 tahun sebanyak 12,5%, usia 18-24 tahun sebanyak 30,7%, usia 25-34 tahun sebanyak 34,1%, usia 35-44 tahun sebanyak 13,1%, 45-54 tahun sebanyak 5,6%, 55-64 tahun sebanyak 1,7%, usia 65 keatas sebanyak 2,4%.

Berdasarkan pemaparan survei diatas dapat disimpulkan bahwa, pengguna media sosial terbanyak kedua adalah gen Z (generasi Z) yang masih tergolong usia remaja. Putra (2016), menyatakan bahwa, gen Z lahir dimana akses terhadap informasi, terutama internet telah menjadi budaya global, sehingga berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka. Menurut Putra (2020) klasifikasi usia gen Z dimulai dari kelahiran 1995 – 2010, dari rentang tersebut ada kelompok gen Z yang termasuk dalam kategori usia remaja. Menurut Monks (dalam Larasati, Wahyudi, & Widiatoro, 2019) remaja merujuk pada individu dalam rentang usia 12-21 tahun. Kelompok remaja ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu remaja awal dalam rentang usia 12-15 tahun, remaja pertengahan dalam rentang usia 15-18 tahun, dan remaja akhir dalam rentang usia 18-21 tahun. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan subjek remaja akhir dengan rentang usia 18-21 tahun. Masa remaja adalah masa dimana ingin mencoba banyak hal baru karena remaja merupakan masa transisi dari kanak – kanak menuju dewasa dan sedang proses mencari jati diri. Remaja akhir mulai bertukar opini dengan orang lain dan mendapat gagasan atau keyakinan mereka diterima atau disangkal. Masa ini berjuang untuk menghindari kecemasan dan berjuang untuk mempertahankan rasa percaya diri mereka melalui ketidakacuhan selektif (Sulvian dalam santrock (2012)).

Selain penjabaran data yang telah dijelaskan diatas, *We are social* (2021) menyatakan bahwa media sosial instagram merupakan urutan ke tiga besar yang banyak digunakan di Indonesia. Pengguna fitur ini dapat meng *upload* foto, menjadi *content creator* yang secara bebas untuk mengekspersikan diri, serta menyampaikan opini. Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Nunung, dan Santoso (2016), mengatakan bahwa kebanyakan orang bermain media sosial untuk memposting tentang kegiatan pribadi, curhat, foto bersama dengan teman serta bebas berkomentar dengan tanpa khawatir. Mahendra (2017) salah satu

fungsi Instagram adalah untuk mempublikasikan kegiatan sosial dan organisasi. Remaja yang masih dalam fase yang labil secara mental atau perilaku cenderung memiliki rasa penasaran yang lebih besar dibandingkan orang dewasa yang lebih stabil secara mental dan perilaku. Hal ini dikarenakan remaja generasi Z memiliki kebebasan dan rasa penasaran yang tinggi dalam menggunakan media sosial. Penggunaan Instagram oleh remaja dapat memiliki dampak positif dan negatif. Secara positif media sosial berguna untuk membangun relasi, memperoleh informasi lebih luas maupun berbisnis, secara negatif media sosial memberikan dampak terhadap perilaku seperti bertengkar, menipu, bersikap acuh, hingga *cyberbully* (selviana, 2016).

Dilansir media Kompasiana (Wicaksosno, 2020) remaja domisili Jakarta berinisial B (18 Tahun) menjadi korban perundungan di media sosial, terkait beberapa foto B diedit oleh pengguna lain yang kemudian diunggah kembali, sehingga memuat beragam komentar negatif yang didapat pada kolom komentar Instagram B. Ayah B mengatakan, atas insiden tersebut membuat B menjadi murung dan tidak percaya diri. Kasus lain, di beritakan oleh media Detiknews (Puspitasari, 2023), akibat saling tantang untuk melakukan tawuran di media sosial Instagram, RH (21 tahun) meninggal akibat terkena bacok di perut saat tawuran.

Selain itu, media sosial pun membuat seseorang tidak percaya diri hingga melakukan bunuh diri ketika mendapat komentar yang tidak menyenangkan. Dilansir pada media VIVA (Astuti & Firmansyah, 2020), kasus di Jakarta, remaja yang dialami oleh C (18 tahun) mendapat pelecehan seksual secara verbal di Twitter, remaja C mengaku sangat sedih, sehingga atas kejadian tersebut membuat dirinya tidak percaya diri lagi. Media Mailonline (Thorne, 2023). Seorang dan *influencer* Instagram asal Serbia, K (21 tahun) melakukan bunuh diri karena ujaran kebencian yang diterima di kolom komentar.

Berdasarkan berita tersebut dapat disimpulkan, masih banyak remaja pengguna media sosial mengalami afek negatif seperti, saling mengejek, memiliki harga diri yang rendah, *cyberbullying*, mengalami pelecehan seksual secara verbal di media sosial. Sejalan dengan pendapat (Jiang, Shaohai, Annabel dalam Meilana, 2021) bahwa dampak negatif dari media sosial instagram adalah memiliki harga diri yang rendah yang mengakibatkan ketidakbahagiaan. Pengguna media sosial instagram juga dapat mejadi korban kejahatan seperti *hacking*, *cracking*, *spamming* dan pelecehan seksual (Fronika, 2019).

Selain dampak negatif yang sudah dijabarkan diatas, terdapat pula dampak positif dari penggunaan media sosial. Ketika remaja menggunakan media sosial secara positif maka akan berdampak positif juga bagi penggunanya. Dilansir dari media Okezone (Nazirra, 2022), seorang remaja berusia 20 tahun bertemu kembali dengan ibu kandungnya setelah 16 tahun terpisah. Remaja tersebut memanfaatkan media sosial untuk mencari ibunya, dia merasa bersyukur karena media sosial dapat membantu dalam menemukan ibunya yang telah lama berpisah. Dilansir dari media kompas (Sari, 2022) remaja berinisial B karena ketenaran atau viral di media sosial, B mendapatkan tawaran pekerjaan hingga dapat membeli motor. Dari berita tersebut dapat disimpulkan bahwa, dampak dari penggunaan media sosial secara positif akan menimbulkan afeksi positif seperti rasa bersyukur dan kebahagiaan.

Dari beberapa kasus yang di dapat ketika bermain media sosial remaja menunjukkan kebahagiaan dan ketidakbahagiannya secara berbeda. Sejalan dengan pendapat (Listiara, & Rahmanissa, 2020) ketidakbahagiannya adalah dengan merasa kesepian atau tidak puas akan kehidupan serta hubungan sosial, maka akan mempengaruhi remaja dalam mengekspresikan diri melalui media sosial. Sebaliknya jika kebahagiaan dapat menjadikan remaja lebih baik dalam kehidupan sosialnya, maka kebahagiaan dapat

membuka kesempatan dan memberikan jalan bagi remaja untuk memodifikasi perilaku agar dampak negatif dari media sosial dapat diminimalkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hill, Anna dan Derman, Lamaja (dalam Meilana, 2021) ketika bermedia sosial remaja di beri ruang untuk menjadi content creator, remaja bebas mengekspresikan diri melalui media sosial sehingga membuat remaja merasa diperhatikan, serta tetap terhubung dengan teman untuk saling *support* sehingga memberikan dampak baik bagi remaja, inilah yang mampu membawa kebahagiaan pada remaja. Kebahagiaan terdiri dari unsur emosional dan kognitif dalam hal pengaruh positif dan negatif secara terpisah, serta merupakan gabungan dari perasaan, suasana hati dan respon emosional individu terhadap berbagai kesenangan dan kepuasan, Arglye dan Hills (2001). Menurut Myers, (2012) salah satu karakteristik kebahagiaan adalah menghargai dirinya sendiri. Individu yang bahagia cenderung menyukai dirinya sendiri dan setuju dengan pernyataan seperti “*Saya adalah orang yang menyenangkan*”. Umumnya individu yang bahagia adalah memiliki kepercayaan diri yang cukup tinggi untuk menyetujui pernyataan tersebut.

Studi mengenai media sosial cenderung menggambarkan kesejahteraan seperti persepsi kebahagiaan dan kepuasan hidup, stres dan kualitas hidup, penurunan depresi, dan citra tubuh (Weinstern, 2018) kebahagiaan merupakan sub dimensi dari kesejahteraan (Headey dan Wearing dalam Febrieta, 2016). Kebahagaiaan selama menggunakan media sosial akan menumbuhkan harga diri terhadap penggunaanya, misalnya seperti pengguna media sosial mendapat *feedback* yang positif maka akan mempengaruhi harga diri nya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg, Peter & Schouten (2006), menyatakan bahwa, pengguna media sosial mengatur kontak mereka dengan memberi dan menerima umpan balik

satu sama lain. Umpan balik yang negatif menurunkan harga diri, umpan balik yang positif meningkatkan harga diri.

Hanna (dalam Salmiyati, 2011), menyatakan bahwa harga diri merupakan dasar untuk membangun kesejahteraan dan kebahagiaan dalam hidup individu. Harga diri muncul ketika individu berinteraksi sosial dan pengalaman baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan yang nantinya akan membentuk harga diri menjadi harga diri positif atau negatif (Papalia dkk, dalam Marwati, Prihantati, & Hertinjung, 2016). Menurut Dalemater dan Collet (2019) Individu yang rendah harga diri nya cenderung tidak bahagia. Harga diri merupakan bagaimana individu mengevaluasi diri terhadap penilaian dari seseorang secara selektif, berhati hati dalam membandingkan diri untuk kualitas yang memberikan umpan balik yang konsisten. Individu dengan harga diri yang lebih rendah tampak lebih tertekan dan mengekspresikan lebih banyak perasaan tidak bahagia dan putus asa.

Menurut Meilana (2021) hubungan antara media sosial dan harga diri dapat diamati melalui fakta bahwa remaja yang menerima komentar negatif dari orang lain cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain secara sosial. Hal ini menyebabkan rendahnya harga diri pada remaja, seperti banyaknya remaja yang merasa rendah diri saat mereka tidak dapat mencapai kesempurnaan seperti selebgram atau idola mereka. Selain itu, mereka juga cenderung tidak menyukai diri sendiri dan tidak mengakui kelebihan yang dimiliki.. Hal ini juga sangat berpengaruh pada kebahagiaan remaja yaitu semakin remaja memiliki rasa tidak puas akan dirinya maka remaja tidak memiliki kepekaan terhadap kebahagiaan, Berdasarkan hasil survey yang penulis lakukan pada tanggal 6 agustus 2021 kepada remaja di kota Bekasi sebanyak 30 responden. 93,3% diantaranya menggunakan media sosial instagram, 50% alasan responden menggunakan media sosial adalah tetap menggunakan media sosial walaupun banyak atau (ada) orang lain yang

tidak menyukai saya. Sebanyak 60% merasakan perasaan positif (senang), 40% diantaranya merasakan perasaan negatif (sedih). Kemudian pada pertanyaan terbuka 18 dari 30 responden menyatakan merasa senang karena dapat menghilangkan stress dan meningkatkan mood, mengisi waktu kosong, sebagai media silahtruhami, tidak hanya itu ada 12 dari 30 responden mengatakan bahwa responden pernah diejek menggunakan filter instagram, perasaan iri. Akibat dari respon yang diberikan secara negatif maka akan menurunkan harga diri seseorang, dan akan merasakan pengalaman emosi yang negatif. Sebaliknya jika respon yang diberikan secara positif maka akan meningkatkan harga diri seseorang dan akan merasakan pengalaman emosi yang positif.

Beberapa penelitian yang dilakukan, banyak mendapatkan hasil bahwa adanya hubungan antara harga diri dengan kebahagiaan. Seperti Marengo, Montag, Sindermann, Elhai, & Settanni, (2020), hasil penelitian yang didapat adalah adanya hubungan positif antara frekuensi dan intensitas *feedback* positif yang diterima oleh pengguna dan kebahagiaan yang dirasakan sebagian dimediasi oleh peningkatan harga diri. Penelitian yang dilakukan oleh Leoita, Hidayatullah, & Akbar, (2020) menyatakan bahwa adanya hubungan harga diri dengan kebahagiaan secara signifikan, semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi kebahagiaan, sebaliknya semakin rendah harga diri semakin rendah kebahagiaan. Grimaldy, Nirbayaningtyas, Haryanto (2017) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa kebahagiaan efektif dalam meningkatkan harga diri.

Dapat disimpulkan dari hasil survei tersebut responden yang menggunakan media sosial instagram merasakan pengalaman emosi yang berbeda-beda baik positif maupun negatif. Mengetahui gen Z adalah pengguna media sosial tertinggi saat ini dan juga masa remaja sedang ada dalam fase dimana mereka memiliki keinginan untuk mencoba banyak hal dalam mencari jati diri. Terbukti pada hasil survei yang telah dilakukan oleh

peneliti bahwa responden yang menggunakan media sosial Instagram akan memiliki pengalaman emosi yang berbeda-beda baik positif maupun negatif. Masih ada remaja yang tidak puas dengan hidupnya dengan cara membandingkan diri mereka dengan pengguna media sosial lain, sehingga peran sosial media akan mempengaruhi tinggi atau rendah-nya harga diri berdasarkan pengalaman emosi yang mereka dapatkan dengan bermain sosial media. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh harga diri terhadap kebahagiaan pengguna Instagram pada remaja gen Z di Bekasi

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dalam latar belakang tersebut, maka masalah dalam penelitian yang diangkat yaitu : Hubungan Harga Diri dengan Kebahagiaan pengguna media sosial instagram pada remaja gen Z di Bekasi.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah ada Hubungan Harga Diri dengan Kebahagiaan pengguna media sosial Instagram pada remaja gen Z di Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmiah bagi dunia psikologi, terutama bidang sosial mengenai kebahagiaan dan harga diri.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi remaja gen Z

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada remaja akhir gen Z terutama pengguna media sosial serta menambah pengetahuan mengenai kaitan antar harga diri dengan kebahagiaan.

b. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai pengaruh antar harga diri dengan kebahagiaan.

c. Bagi Universitas

Sebagai pertimbangan dalam pertimbangan pembelajaran psikologi positif mengenai kebahagiaan.

