BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan di era sekarang yang menunjukkan bahwa kecantikan sudah mulai menjadi kebutuhan baik bagi laki-laki maupun perempuan. Namun laki -laki *metrosexual* lebih di dominasi oleh kaum eksekutif atau kelas menengah keatas, sedangkan perempuan dari kelas manapun pasti melakukan usaha untuk mempercantik diri, apa lagi pada era sekarang sarana kecantikan lebih terjangkau dan ekonomis. Menurut Nguyen (dalam Yanti & Bajari, 2020) sebagai bagian dari media sosial, salah satunya *instagram* telah memicu *trend* baru untuk mengekspresikan diri secara visual. Saat ingin membagikan status, foto atau video, penggunanya akan melakukan berbagai persiapan agar postingan tersebut nantinya diharapkan dapat menarik perhatian *follower*snya. Perkembangan pesat teknologi salah satunya pada media sosial *instagram* sudah sangat mendukung penyebaran pada daya tarik dunia salah satunya dalam hal kecantikan kepada seluruh bagian masyarakat termasuk kelompok yang awalnya awam akan hal tersebut (Ackmelia dalam Iswari dan Hartini, 2013).

Media sosial *instagram* menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter* dll (Triastuti, Adrianto, & Nurul, 2017). Media sosial seperti *Instagram* memudahkan penggunanya dalam berinteraksi dengan siapa saja yang ada di dunia ini tanpa batas. Status, foto atau video yang diposting oleh penggunanya dapat diupload dengan fitur postingan biasa atau *instastory*. *Instastory* merupakan salah satu fitur yang ada di dalam *Instagram*, dimana fitur tersebut kita dapat membagikan foto ataupun video yang ditampilkan dalam waktu 24 jam di profil pengguna (Alaika, 2013). Bahkan sekarang sudah banyak fitur-fitur yang disediakan oleh *instagram* seperti, mengambil foto, mengelola foto, mengedit foto, memberi efek pada foto, *boomerang* dll (Syahreza & Tanjung, 2018).

Hubungan Self.., Hairul Trianto, Fakultas Psikologi, 2022

Selain menggunakan efek, pengguna *instagram* terutama yang perempuan juga menggunakan *make up*, sebagian pengguna *instagram* perempuan, tampil cantik untuk diunggah di media sosial sudah menjadi hal yang diwajarkan, salah satunya yaitu dengan mengguna *make up*, hal itu di tunjukan sebagai eksistensi dirinya ketika ingin membagikan kegiatannya dalam bentuk foto maupun video (Sakti & Yulianto, 2013). Aplikasi *instagram* juga memberikan kebebasan dalam berkomentar secara langsung dan dituliskan berdasarkan hati serta pikiran orang lain terhadap tuturan seseorang baik itu berupa pujian, sanggahan atau bahkan hinaan yang seharusnya tidak pantas diucapkan (Hartini, AR, & Charlina, 2017).

Namun kebebasan tersebut semestinya tidaklah melewati batas, karena sejatinya manusia memiliki norma-norma dalam kehidupannya. Haruslah ada batasan agar para pembaca dan penulis terlibat dalam sebuah komunikasi yang baik. Salah satunya adalah berkomentar menggunakan Bahasa yang baik dan sesuai karena komentar yang merespon secara positif merupakan komentar-komentar yang mengandung ujaran berupa ujaran yang sopan (Risnawati, Nasrul, & Sugiyo, 2019). Namun sayangnya, netizen media sosial kurang menjaga bahasa dan sopan santun, kebanyakan diantaranya berkomentar, mengadili netizen lainnya hingga banyak juga yang mengeluarkan perkataan ujaran kebencian, atau *hate speech* (Suryani, Istianingrum, & Hanik, 2021).

Menurut Almagor (2013) *hate speech* atau bisa juga disebut dengan ujaran kebencian dapat di definisikan sebagai ujaran yang memiliki motif bias, adanya aspek permusuhan, dan jahat yang diperlihatkan kepada individu atau kelompok karena beberapa diantaranya mereka karakteristik bawaan. *Hate speech* biasanya merupakan suatu cara untuk mengekspresikan diskriminasi, intimidasi, sikap tidak setuju, antagonis, dan prasangka terhadap orang lain, misalnya saja termasuk jenis klamin, ras, agama, etnis, warna kulit, asal daerah, kekurangan fisik atau cacat fisik, atau orientasi seksual (Mawarti, 2018). Pernyataan kebencian tersebut ditunjukan untuk melukai serta merendahkan, melecehkan, mengintimidasi, dan menurunkan martabat individu lain. Selain itu, target komentar jahat biasanya seseorang yang memoles *make up* berlebihan, fashion yang lebay, terlalu narsis di media sosial, pencitraan, pamer

barang-barang *branded*, *overexposed*, dan lain-lain. Faktor fisik juga dapat menjadi alasan orang dihujani komentar-komentar jahat, seperti terlalu kurus, terlalu gendut, terlalu jelek, dan (percaya tidak percaya) karena terlalu cantik. (Pramestiarani & Adi, 2019).

Dapat dilihat bahwa fenomena *hate speech* bisa memberikan beberapa dampak yang sangat beragam mulai dari individu merasa terkucilkan, individu merasa tidak lagi percaya diri, individu menjadi enggan beraktivitas, ketakutan, cemas, inidividu enggan keluar rumah, bahkan yang paling memprihatinkan adalah individu dapat mengalami depresi (Mu'ammar, 2017). Dari dampak tersebut dapat dilihat bahwa individu yang menjadi korban *hate speech* cenderung menutup diri, canggung menghadapi orang lain, frustasi dalam menghadapi kesulitan, dan sulit menerima realita tentang dirinya. hal ini merupakan ciri-ciri atau wujud dari *self confidence* yang rendah (Aristiani, 2016).

Self-confidence menurut Lauster (dalam Syam & Amri, 2017) ialah suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Menurut Komara (2016) individu yang memiliki *self-confidence* tinggi memiliki ciri-ciri seperti mengenal dengan baik kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya lalu mengembangkan potensi yang dimilikinya, membuat standar atas pencapaian tujuan hidupnya lalu memberikan penghargaan jika berhasil dan bekerja lagi jika tidak tercapai, tidak menyalahkan orang lain atas kekalahan atau ketidak berhasilannya namun lebih banyak instrospeksi diri sendiri, mampu mengatasi perasaan tertekan, kecewa, dapat menghadapi rasa ketidak mampuan, mampu mengatasi rasa kecemasan dalam dirinya, tenang dalam menjalankan atau menghadapi segala sesuatunya, berpikir positif, dan maju terus tanpa harus menoleh kebelakang.

Lalu Ghufron dan Rismawati (2016) menjelaskan bahwa individu yang memiliki *self-confidence* rendah, cenderung bersikap pesimis dalam menjalani

sesuatu, mereka cenderung menyerah sebelum bertindak, cenderung menutup diri dan canggung dalam menghadapi orang lain. Dijelaskan menurut Lauster (dalam Ghufron & Rismawati, 2016) *self-confidence* dipengaruhi oleh empat faktor yaitu, konsep diri, *self esteem*, pengalaman dan pendidikan. *Self confidence* pada setiap individu memang berbeda, karena hal tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor *self confidence*, salah satunya yaitu *self esteem*.

Menutu Coopersmith (dalam Kusuma, 2015) menjelaskan bahwa *self-esteem* merupakan suatu evaluasi atau hasil penilaian yang dilakukan oleh diri sendiri terhadap kemampuan yang dimiliknya. Sedangkan menurut Sunaryo (dalam Irawati & Hajat, 2012) *self-esteem* ialah penilaian individu terhadap hasil yang dicapai, dengan cara menganalisis seberapa jauh perilaku pada individu tersebut sesuai dengan ideal yang ada pada diri sendiri. *Self-esteem* dapat diperoleh melaui orang lain dan diri sendiri dengan cara mengetahui seberapa berharga dan bernilai diri kita. Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi akan menilai secara rasional dan benar bagi dirinya serta mudah mengadakan hubungan dengan yang lain, individu yang mempunyai *self-esteem* tinggi cenderung melihat dirinya mudah menerima orang lain sebagaimana menerima dirinya sendiri. Akan tetapi, individu yang mempunyai *self-esteem* rendah bersifat tergantung, pesimis dalam pergaulan, gangguan dalam berhubungan, perasaan tidak mampu, cenderung takut menghadapi respon dari orang lain, dan tidak mampu membina komunikasi yang baik (Siregar, 2017).

Ada 4 responden mahasiswi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah di wawancarai oleh penulis pada wanita pengguna media sosial *instagram* yang pernah mendapatkan *hate speech*. Berdasarkan wawancara pertama (1) yang telah dilakukan oleh penulis pada responden berinisial RM dengan umur 22 tahun Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2018 yang dilakukan pada tanggal 14 Juli 2022. Responden merupakan pengguna aktif media sosial salah satunya *instagram*, juga aktif dalam membagikan postingan dengan penggunaan *make up* dan efek. Responden juga menunjukan pernah mendapatkan *hate speech* dari salah satu *followers*nya di *instagram* dari postingannya, contoh komentar *hate speech*

yang di dapat responden ialah "*waktu itu pernah ada yang bilang katanya baju yang saya pakai norak dan seperti udah lama, terus juga pernah ada yg bilang kalo pake make up kaya jeng kelin*", setelah kejadian tersebut responden menjadi menutup diri dari media sosialnya, ia berkata "*malah saya udah gapernah upload poto lagi, dan kalo untuk foto yg rame-rame pun sekarang jadi mikir beberapa kali untuk di upload*".

Wawancara kedua (2) yang dilakukan pada responden yang berinisial RW dengan umur 22 tahun Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2018 yang dilakukan pada tanggal 14 Juli 2022, Responden merupakan pengguna yang aktif dalam media sosial salah satunya *instagram*, namun tidak terlalu sering memposting di *feed instagram*, tapi responden pernah mendapatkan *hate speech* dari salah satu *follower*snya di *instagram* dari postingannya, contoh komentar *hate speech* yang di dapat responden ialah "*so-soan make up si lu aneh bgt (emot ketawa), mirip banci wkwkw*" setelah kejadian tersebut responden merasa cemas dan *overthinking* akan postingan yang akan ia unggah selanjutnya, maka dari itu ia sudah jarang memposting foto tentang dirinya sendiri, walaupun dia sendiri tidak pernah menyalahkan orang yang memberikan komentar negatif.

Wawancara ketiga (3) yang dilakukan pada responden yang berinisial ED dengan umur 22 tahun Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2018 yang dilakukan pada tanggal 15 Juli 2022. Responden merupakan pengguna aktif media sosial salah satunya *instagram*, juga aktif dalam membagikan postingan dengan penggunaan *make up*, responden juga menunjukan pernah mendapatkan *hate speech* dari salah satu *follower*snya di *instagram* dari postingannya, contoh komentar *hate speech* yang di dapat responden ialah "*iih lu pake alis ya? Ngapain si? Udah kaya sinchan tau, ko gitu si lipstciknya kek orang sakit pucet separo-separo gitu, itu blush on nya ketebelan kali menor bgt*", setelah kejadian tersebut korban merasa tidak percaya diri, *overthinking* dan lebih berhati-hati ketika memposting foto/video saat menggunakan *make up*.

Wawancara keempat (4) yang dilakukan pada responden yang berinisial UH dengan umur 23 tahun Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta

Raya angkatan 2018 yang dilakukan pada tanggal 15 Juli 2022. Responden merupakan pengguna aktif media sosial salah satunya *instagram*, juga aktif dalam membagikan postingan, responden juga menunjukan pernah mendapatkan *hate speech* dari salah satu *follower*snya di instagram dari postingannya saat menggunakan *make up*, contoh komentar *hate speech* yang di dapat responden ialah "*make upnya kaya tante-tante, alay bgt bedaknya*" setelah kejadian tersebut responden merasa takut akan komentar jahat, maka dari itu responden sudah mulai jarang memposting dirinya sendiri dan sempat menyalahkan orang yang memberikan komentar negatif tersebut.

Ujaran kebencian yang dikemukakan oleh para pengguna *instagram* tersebut dapat merujuk pada tindakan individu, fisik, ras, agama dan sebagainya (Mawarti, 2018). Teks ujaran kebencian yang beredar di berbagai media sosial salah satunya *instagram* antara lain mengandung, penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, provokasi, dan upaya menghasut (Kusumasari & Arifianto, 2020). Pada kasus kali ini komentar yang dianggap negatif oleh para mahasiswi Ubhara pengguna media sosial *instagram* yaitu komentar dalam bentuk kata atau kalimat yang memfokuskan *hate speech* tersebut kepada riasan *make up*nya seperti "make upnya kaya banci, aneh banget si make upnya kaya jeng kelin, menor banget" dan lain sebagainya, juga biasanya diakhiri dengan *emoticon* yang mempunyai fungsi sebagai pengganti komunikasi non-verbal melalui media sosial untuk menggambarkan perasaan penggunanya (Sobang, Werdiningsih, & Efendiy, 2020).

Dari keempat (4) hasil wawancara yang telah dilakukan, terdapat adanya dampak dari *hate speech* yang ditunjukan. Dengan adanya *hate speech* yang di terima oleh wanita pengguna *instagram*, mereka akan cenderung menunjukan rasa tidak percaya diri atau menutup diri. Menurut Ghufron dan Rismawati (2016) individu yang memiliki *self confidence* rendah, cenderung bersikap pesimis dalam menjalani sesuatu dan menutup diri. *Self confidence* pada tiap-tiap individu berbeda, hal ini karena *self confidence* dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, salah satunya yaitu *self esteem*. Menutu Coopersmith (dalam Kusuma, 2015) menjelaskan bahwa *self esteem* merupakan suatu evaluasi atau

hasil penilaian yang dilakukan oleh diri sendiri terhadap kemampuan yang dimiliknya. Individu yang memiliki *self esteem* tinggi akan menilai secara rasional dan benar bagi dirinya serta mudah mengadakan hubungan dengan yang lain. Akan tetapi, individu yang mempunyai *self esteem* rendah bersifat tergantung, kurang percaya diri dan biasanya terbentur pada kesulitan sosial serta pesimis dalam pergaulan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitan dengan judul Hubungan *Self-Esteem* dengan *Self-Confidence* Pada Mahasiswi Pengguna Media Sosial *Instagram* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.2. Rumusan Masalah

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Irawati & Hajat, 2012) menjelaskan bahwa prestasi belajar merupakan hal yang sangat penting, mengingat karena prestasi belajar merupakan salah satu faktor mutu dalam suatu pendidikan. *self esteem* juga merupakan suatu pondasi yang penting pada setiap siswa, karena pemenuhan kebutuhan individu terikat erat dengan dampak negatif jika mereka tidak memiliki *self esteem* yang kuat. Dalam kaitannya prestasi belajar, *self esteem* dapat dikatakan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi prestasi belajar siswa di sekolah. Siswa yang memiliki *self esteem* yang tinggi sangat berpengaruh kepada prestasi belajar yang tinggi juga, begitu juga sebaliknya, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada kedua variabel.

Pada penelitian (Achdiyat & Lestari, 2016) dikatakan bahwa siswa yang percaya diri memiliki keyakinan yang berasal dari diri dan jiwa yang berupa kesaggupan dalam menghadapi tantangan dan persoalan yang membutuhkan sebuah keterampilan. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif *self confidence* siswa terhadap Prestasi Belajar Matematika. Sebaliknya siswa yang memiliki *self confidence* yang rendah maka prestasi belajar matematikanya cenderung rendah pula. (Pratiwi & Laksmiwati, 2016) menjelaskan bahwa kemandirian seseorang dipengaruhi oleh *self confidence*, oleh sebab itu seseorang yang memiliki *self confidence*

akan yakin dengan kemampuannya untuk menyelesaikan berbagai macam permasalahan yang ada.

Pada penelitian (Komara, 2016) mengatkan bahwa *self confidence* sangat berpengaruh dan menentukan keberhasilan siswa dalam kehidupannya. Individu yang memiliki *self confidence* yang baik memiliki keyakinan dan selalu berusaha mengembangkan potensi diri secara maksimal serta menunjukan yang terbaik dari dirinya dibuktikan dengan sebuah prestasi. semakin tinggi *self confidence* dan prestasi siswa maka perencanaan karir semakin tinggi pula dan begitu juga sebaliknya apabila *self confidence* dan prestasi siswa rendah maka perencanaan karir juga akan semakin rendah. Begitu juga pada penelitian (Tanjung & Amelia, 2017) Mengatakan bahwa *self confidence* diperoleh dari pengalaman hidup dan berhubungan dengan kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik. Dengan *self confidence* yang baik seseorang akan dapat mengaktualisasikan potensi-potensi yang ada dalam dirinya.

Berdasarkan penjelasan di atas cukup banyak penelitian yang membahas mengenai *self esteem* dan *self confidence* pada pelajar dan mahasiswa, namun masih belum banyak yang meneliti mengenai *self esteem* dan *self confidence* yang berfokus pada wanita pengguna media sosial *instagram.* Untuk itu maka rumusan masalah yang didapatkan dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan *self-esteem* dengan *self-confidence* pada mahasiswi pengguna media sosial *instagram* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya Hubungan *Self-Esteem* dengan *Self-Confidence* Pada Mahasiswi Pengguna Media Sosial *Instagram* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah bahan kajian dalam ilmu psikologi yang berkaitan antara *self esteem* dengan *self confidence* pada wanita pengguna media sosial *instagram*. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai referensi penelitian berikutnya yang ingin mengkaji tentang *self-esteem* dengan *self-confidence* pada mahasiswi di media sosial *instagram.*

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya tentang *hate speech* dan dapat mengambil manfaat positif dari adanya penggunaan media sosial *Instagram*.