

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dalam era globalisasi ini, pencarian informasi semakin mudah untuk didapatkan. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi adalah internet, Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan sebagian besar masyarakat di dunia, dengan adanya internet sangat membawa perubahan bagi kehidupan sehari-hari. Internet adalah seperangkat jaringan yang saling berhubungan yang dimana jaringan menyediakan koneksi informasi global (Muslim & Dayana, 2016). Kegiatan mencari informasi dengan menggunakan internet sudah dilakukan sejak dulu, dan sekarang hampir setiap kalangan masyarakat sudah dapat menggunakan fasilitas tersebut.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadikan internet sebagai media komunikasi yang utama dan banyak digemari oleh masyarakat, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Penggunaan media internet sebagai sarana untuk komunikasi menjadi semakin pesat pada saat internet dapat diakses melalui telepon seluler dan juga melalui telepon cerdas. Pengguna Internet di Indonesia pada Maret 2021 sudah mencapai 212,35 juta jiwa. Jumlah pengguna tersebut menempati Indonesia sebagai urutan ketiga dengan jumlah pengguna internet terbesar di ASIA (Databoks, 2021). Maraknya pengguna internet ini diakibatkan karena dapat dengan mudahnya mencari dan mendapatkan informasi. Selain menjadi media untuk mencari informasi, internet juga dapat menjadi media untuk berkomunikasi. Fasilitas yang disediakan untuk berkomunikasi pun beraneka macam, salah satunya adalah fasilitas media sosial (Setiadi, 2014)

Perkembangan teknologi menjadi dasar lahirnya media sosial yang pada saat ini mengubah perilaku komunikasi masyarakat, adanya media sosial membuat komunikasi dapat dilakukan tanpa adanya jarak dan waktu. Media sosial adalah

situs dimana setiap individu dapat membuat laman *web* pribadi, kemudian dapat terhubung dengan teman untuk berbagi informasi (Haryanto, 2016).

Situs media sosial menjadi wadah yang sering digunakan individu untuk melakukan mencari informasi dan berkomunikasi. Hal ini terjadi karena pengguna media sosial dapat membuat serta mengakses konten berupa Media sosial yang paling banyak digemari dan digunakan oleh pengguna nya adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram sebesar 79% (Databoks, 2020). Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan dampak *negative* yaitu narsistik. Narsistik merupakan gangguan kepribadian yang ditandai dengan sikap yang terlalu mencintai dirinya sendiri. Orang-orang yang narsis meyakini bahwa mereka adalah orang-orang yang lebih unggul daripada orang lain dan kurang bisa menghargai perasaan orang lain. Namun di balik rasa percaya dirinya yang teramat kuat, sebenarnya orang narsis memiliki penghargaan terhadap diri sendiri yang lemah, mudah tersinggung meskipun terhadap kritikan kecil (Engkus et al., 2017)

Media sosial Instagram diluncurkan pada tahun 2010, dengan berjalannya waktu pengguna nya semakin terus bertambah dan sampai pada saat ini Instagram menjadi media yang paling sering digunakan oleh kalangan muda di Indonesia. Instagram menjadi tempat untuk menyampaikan pesan melalui foto atau video, pengguna nya dapat membuat dan mengunggah hasil foto dan video yang telah di edit dengan berbagai filter yang tersedia pada Instagram (Anggrahini, et al., 2020). Pengguna Instagram juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dengan menggunakan konsep mengikuti (*Following*) dan pengikut (*Follower*). Instagram kini telah menjadi media yang sangat mempengaruhi kehidupan individu terutama wanita. Dilansir dari (Databoks, 2021) mayoritas 52,6% pengguna Instagram pada Mei tahun 2021 adalah wanita, sedangkan 47,4% pengguna lainnya adalah laki-laki. Hal tersebut dikarenakan wanita gemar bersosialisasi dan salah satunya adalah berbagi informasi untuk berkomunikasi menggunakan media sosial Instagram (Helpiastuti, 2016).

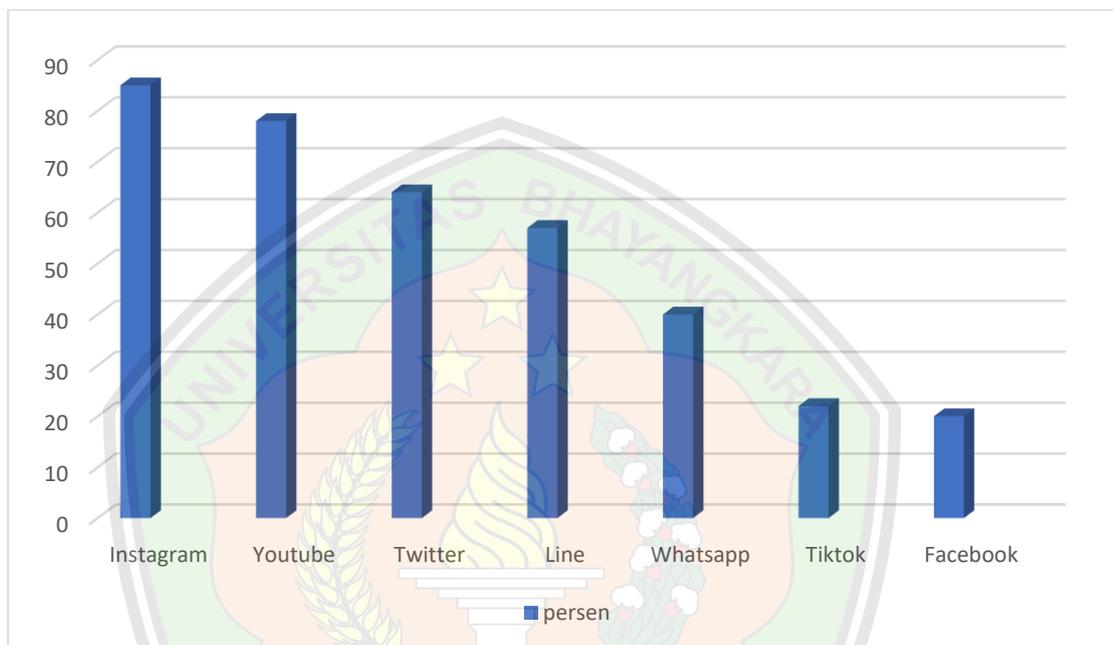
Instagram digunakan sebagai alat untuk membagikan foto dan video. Adanya Instagram kegiatan-kegiatan dapat diabadikan melalui foto, salah satunya dengan kegiatan *selfie*. *Selfie* adalah kegiatan berfoto dengan menggunakan kamera ponsel yang menampilkan seluruh atau pun sebagian tubuh dari pengguna (Simatupang,

2015). Mengambil dan mengunggah *selfie* sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari bagi kalangan muda. Kemunculan *selfie* membuat penggunanya meyakini bahwa *selfie* dapat mendatangkan banyak *like* dan bertambahnya jumlah *followers*. Mendapatkan *like* yang banyak adalah salah satu tujuan pengguna mengunggah foto ke Instagram, karena dapat menjadikan penggunanya menjadi terkenal (Setiawan & Audie, 2020). Melalui kegiatan *selfie* dan mengunggahnya ke dalam Instagram dapat membuat individu menilai dirinya atau dinilai oleh individu lainnya, karena dengan melalui *selfie* individu dapat lebih mengekspresikan dirinya sesuai dengan yang mereka pikirkan. Wanita lebih sering melakukan kegiatan *selfie* dibandingkan laki-laki, wanita juga lebih sering mengunggah hasil foto mereka ke Instagram dalam kehidupan sehari-harinya (Lestari et al., 2017).

Saat ini kegiatan *selfie* semakin populer dikalangan masyarakat baik pada tingkat umur ataupun pendidikan. Hampir sepertiga dari foto *selfie* yang diambil oleh individu ber-usia antara 18-24 tahun (Krisnawati & Soetjningsih, 2017). Seperti pada kalangan mahasiswi, karena Instagram menjadi media sosial yang paling populer digunakan terutama pada mahasiswi. Mahasiswi adalah individu wanita yang belajar diperguruan tinggi. Mahasiswi merupakan masa menuju dewasa yang berada pada rentang usia 18-24 tahun (Hulukati & Djibran, 2018). Mahasiswi menggunakan Instagram sebagai tempat untuk membagikan berbagai bentuk ekspresi diri dengan ber-*selfie* (Ulva & Bukhari, 2019).

Dalam kehidupan di kampus mahasiswi sering menghabiskan waktunya untuk mengakses Instagram dan melakukan *selfie* dimana saja dan kapan saja bahkan pada saat kuliah (Nurrahmi, 2019). Hal ini bertujuan untuk menginformasikan kepada individu lain atau pun pengguna Instagram lainnya. Melalui *selfie*, wanita terutama mahasiswi dapat mengeksplorasi bentuk kecantikannya dengan melakukan pose-pose (Mecca & Pasundan, 2019). Dalam kegiatan ber-*selfie* penggunanya akan menyeleksi foto sebelum di unggah ke dalam Instagram, hanya foto *selfie* yang bagus dan menarik yang pengguna unggah karena agar terlihat semaksimal mungkin. Namun terdapat pengguna *selfie* yang memanipulasi fotonya seperti mengedit berlebihan bahkan merubah bentuk wajahnya dengan menggunakan *filter* yang tersedia di dalam Instagram (Nadila & Bukhari, 2019).

Instagram memiliki fitur andalan yaitu *filter*. Pengguna Instagram menggunakan *filter* untuk mempercantik dirinya, karena *filter* tersebut dapat memberikan efek tambahan efek preset dan juga *beauty filters*. Banyaknya fitur-fitur yang tersedia di dalam Instagram menjadikan Instagram sebagai media sosial yang banyak diminati oleh individu. Berdasarkan hasil survei Maverick Indonesia (Databoks, 2020) Instagram menjadi media sosial yang paling diminati oleh kalangan muda.



Gambar 1. 1 Survei Media Sosial

Instagram memberikan ruang bagi pengguna nya untuk bebas berkreasi dalam menampilkan diri dengan sebaik mungkin (Gustina, 2015). Hal ini membuat penggunaanya cenderung melakukan *self-presentation* melalui foto *selfie* yang diunggahnya (Hendraswara et al., 2021).

Self-presentation menjadi hal yang penting dikarenakan ketika mahasiswa mencoba mempersentasikan dirinya dalam media sosial individu tersebut akan mendapatkan sebuah umpan balik atau *feedback* dari banyak individu disekitarnya, hal ini akan dijadikan sebuah evaluasi (acuan) untuk mendapatkan pemahaman lebih terhadap dirinya sendiri. *Self-presentation* adalah usaha yang dilakukan individu untuk untuk menggambarkan atau menunjukkan kesan yang baik pada individu lainnya (Aiyuda & Syakarofath, 2019). Cara *Self-presentation* merupakan

bentuk pengungkapan diri untuk menunjukkan kesan positif dihadapan individu lainnya (Damayanti & Purworini, 2018). *Self-Presentation* berkembang pesat dengan kehadiran media sosial Instagram. Instagram merupakan salah satu tempat untuk *self-presentation*, Instagram menjadi panggung depan dari *self-presentation* di internet. Melakukan *Self-presentation* yang berlebihan di Instagram dapat membentuk identitas diri yang berbeda antara dunia nyata dan dunia maya (Rarasati et al., 2019). Hal ini menjadi dampak negative bagi individu dalam melakukan *self-presentation*, bahwa individu yang melakukan *self-presentation* di Instagram menampilkan hal-hal yang tidak sesuai dengan kehidupan sehari-harinya yang akan membuat individu tersebut menjadi kesulitan dalam mengenal diri dan dapat mempengaruhi pembentukan identitas diri (Rahmah et al., 2019). Dalam melakukan *self-presentation* para pengguna Instagram harus mengatur penampilan mereka dengan berbagai cara. Pengguna Instagram memiliki cara yang berbeda-beda untuk melakukan *self-presentation*, baik dengan cara bentuk yang nyata atau tidak (Setiawan & Audie, 2020).

Setiap individu terutama kalangan mahasiswi cenderung melakukan *self-presentation* di Instagram untuk memberikan kesan yang baik, karena Instagram merupakan media sosial khusus untuk foto dan video, pengguna nya dapat mengunggah foto menggunakan filter untuk melakukan *self-presentation*. Melakukan *Self-presentation* di dunia maya merupakan karakter yang diinginkan individu agar dapat melakukan interaksi dengan individu lainnya ataupun mencari perhatian dari lawan jenisnya (Kusumasari & Hidayati, 2014). Terdapat tujuan dari para pengguna Instagram melakukan *self-presentation* adalah pengguna nya ingin disukai oleh individu lain, dan mendapatkan simpati dari individu lainnya (Widya & Ingarianti, 2013). Muncul nya *self-presentation* pada masing-masing individu dipengaruhi oleh berbagai macam factor.

Menurut Jones & Pittman faktor – faktor yang mempengaruhi *self-presentation* yaitu, adanya keinginan untuk dapat disukai individu lain, keinginan untuk memperlihatkan kekuasaan kepada individu lainnya, keinginan untuk terlihat dan dianggap sebagai individu yang baik, keinginan untuk dihargai individu lain atau kemampuan yang dimilikinya, dan keinginan untuk mendapatkan perhatian dari individu lain (Rozika & Ramdhani, 2018). Adapun faktor lain yang dapat

mempengaruhi individu melakukan *self-presentation* di media sosial yaitu narsisme, kecemasan sosial, kesepian, dan harga diri (Ariana, 2014). Perilaku *self-presentation* individu pada media sosial Instagram dapat membentuk *self-esteem* (Damayanti & Purworini, 2018).

Self-esteem adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negative (Husnaniyah et al., 2017). *Self-esteem* berkembang dan terbentuk dari interaksi individu dengan individu lainnya melalui penghargaan, menerima, dan menanggapi sikap baik dari individu lain secara terus menerus (Amalia, 2014). Pengguna media sosial dengan berbagai aktivitas yang dijalani nya di dunia maya menunjukkan gambaran akurat mengenai dirinya sendiri (Prawesti & Dewi, 2016a). Unggahan *selfie* pengguna Instagram dapat secara positif mempengaruhi *self-esteem* mereka, individu yang memiliki kebutuhan popularitas yang lebih rendah dapat memperoleh manfaat lebih banyak dari mengunggah *selfie* (Kim, 2020).

Fitur *like* dan komentar sebagai umpan balik unggahan foto di Instagram juga memiliki hubungan dengan *self-esteem* individu, dengan adanya *like* dan komentar positif yang diterima individu dapat merasa bahwa dirinya didukung oleh individu lainnya sehingga dapat menilai dirinya secara positif dan dengan demikian dapat meningkatkan *self-esteem* nya (Adishesa, 2020). Pengguna Instagram tidak hanya melihat unggahan *selfie* individu lain saja tetapi juga dapat mengunggah *selfie* nya sendiri, pada penelitian (Kim, 2020) menunjukkan bahwa aktivitas mengunggah *selfie* dapat menimbulkan dampak yang positif bagi *self-esteem* dan citra diri wanita. *Self-esteem* yang dimiliki masing-masing individu dapat meningkat ataupun menurun, hal ini juga berlaku pada mahasiswi.

Self-esteem sangat penting bagi mahasiswi karena salah satu tahap perkembangan mendasar pada masa remaja dan dewasa awal berpusat pada pengembangan rasa penguasaan (*mastery*), dan kompetensi (*competence*) yaitu terkait erat dengan *self-esteem* (Orth & Robins, 2014). *Self-esteem* bagi mahasiswi sangat penting dan berperan dalam mempengaruhi kehidupan individu untuk mengartikan dan mengatur setiap peristiwa dan pengalaman untuk mendorong lahirnya ide, rencana, dan perilaku yang sesuai (D. R. Hidayat et al., 2020). Sehingga mahasiswi membutuhkan pembentukan *self-esteem* yang positif untuk bisa melewati tahap perkembangannya.

Pengguna media sosial terutama mahasiswi yang memiliki *self-esteem* yang rendah cenderung khawatir dengan apa yang individu lain unggah tentang mereka di media sosial, mereka akan menggunakan lebih banyak waktu di media sosial seperti memantau konten, menghapus unggahan yang mendapatkan umpan balik negative dari individu lain sedangkan pengguna media sosial yang memiliki *self-esteem* yang tinggi cenderung menggunakan lebih banyak waktunya untuk membangun citra diri di media sosial seperti, mengunggah yang individu suka atau tidak (Prawesti & Dewi, 2016b). Mendapatkan umpan balik (*like*) di media sosial akan mempengaruhi peningkatan *self-esteem* pada pengguna Instagram. Semakin banyak umpan balik yang diterima di Instagram, maka akan semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki oleh mahasiswi pengguna Instagram (Syamsu et al., 2019)

Berdasarkan hasil Survei yang dilakukan peneliti pada tanggal 17 sampai 18 November 2021 kepada sepuluh (10) mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya menggunakan *g-form*, maka didapatkannya 100% responden menggunakan media sosial Instagram. Survei dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui apakah mahasiswi melakukan *self-presentation* pada unggahan *selfie* di media sosial Instagram. Hasilnya 100% sering mengunggah foto *selfie* ke dalam Instagram, 100% Responden menggunakan *filter* sebelum mengunggah foto ke dalam Instagram. Selain itu 90% responden sering mendapatkan umpan balik atau *respons* dari pengguna lainnya setelah mengunggah foto. Mendapatkan respon positif membuat 90% respon merasa senang, diketahui bahwa 90% responden mengharapkan *like* dan komentar dari mengunggah foto. Mendapatkan umpan balik positif membuat 80% responden semakin ingin menunggah foto, 50% responden juga sering membagikan kegiatan jalan-jalan melalui foto *selfie*, Responden menggunakan *filter* untuk terlihat berbeda dari aslinya dilakukan oleh 50% dari semua responden.

Berdasarkan survei di atas maka dapat disimpulkan bahwa 10 mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya pada *self-presentation*. Sebanyak 10 mahasiswi menggunakan media sosial Instagram, kemudian 10 mahasiswi memilih untuk mengunggah foto *selfie* ke dalam Instagram sebanyak 1-2 kali sehari. Sebelum mengunggah foto *selfie* ke dalam Instagram 10 mahasiswi memilih untuk menggunakan *filter* terlebih dahulu. Sebanyak 9 dari 10 mahasiswi mendapatkan

umpan balik setelah meunggah foto *selfie*, mendapatkan umpan balik bagi 9 mahasiswi membuat mereka senang. Adapun 9 mahasiswi mengharapkan *like* dan komentar dari foto *selfie* yang di unggah, 8 mahasiswi yang mendapatkan umpan balik yang positif membuat dirinya semakin ingin mengunggah foto. Melalui foto *selfie* 5 mahasiswi membagikan kegiatan jalan-jalan nya, dan 5 mahasiswi menggunakan *filter* untuk terlihat berbeda dari aslinya.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation* unggahan *selfie* Instagram pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, peneliti dapat menerangkan tentang keterbatasan dari hasil penelitian yang sudah ada.

Penelitian pertama yang diteliti oleh Rozika & Ramdhani, (2018) Keterbatasan yang dialami oleh peneliti yaitu pada pemilihan Instagram sebagai media sosial yang diteliti, hal ini akan membuat pengaruh predictor terhadap kriterium penelitian menjadi kecil karena masih banyak media sosial yang lain yang dapat menjadi tempat *online self-presentation* individu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena hanya memfokuskan apakah ada hubungan harga diri dan *body image* dengan *online self-presentation*.

Penelitian yang diteliti oleh Setiawan & Audie (2020). Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu peneliti pada pemilihan kampus untuk memudahkan bertemu informan, kendala penelitian yaitu peneliti lebih memfokuskan pada waktu pengisian skala. Penelitian ini berfokus pada Instagram sebagai tempat untuk presentasi diri dikalangan mahasiswi Pendidikan Sosiologi Untirta.

Selanjutnya pada penelitian oleh Rarasati et al., (2019). Ini memiliki kelemahan yaitu peneliti tidak menentukan intensitas penggunaan instagram dan jumlah *followers* responden. Kurang spesifiknya responden yang digunakan pada penelitian ini membuat terdapat beberapa responden kurang mengakses instagram. Selain itu mungkin beberapa responden menggunakan aplikasi instagram bukan untuk dijadikan tempat presentasi diri, namun hanya digunakan sebagai komunikasi interpersonal.

Penelitian oleh Rahmadeni & Ningsih (2021) mengenai keterbatasan dalam penelitiannya yaitu peneliti membatasi subjek penelitian untuk remaja akhir yang menggunakan media sosial instagram di Kota Bukit tinggi. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara *self-esteem* dengan *self-presentation* pada remaja pengguna media sosial Instagram.

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini adalah menguji hubungan *self-esteem* dengan *self-presentation* unggahan *selfie* Instagram pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu, di harapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan, khususnya dalam bidang Psikologi Sosial terkait dengan hubungan *self-esteem* dan *self-presentation* pada unggahan *selfie* Instagram. Lalu penelitian ini juga sebagai sarana ilmu pengetahuan untuk masyarakat atau mahasiswa yang membutuhkan terutama untuk individu yang melakukan *self-presentation* pada unggahan *selfie*, dan juga sebagai sarana untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai gambaran *self-esteem* dan *self-presentation* yang terjadi pada mahasiswi yang melakukan unggahan *selfie* di Instagram. Pelaku unggahan *selfie* terutama mahasiswi, dapat memahami kondisinya dirinya tentang harga diri atau *self-esteem*, selain itu juga agar mahasiswi yang melakukan unggahan *selfie* dapat mengetahui dirinya melakukan *self-presentation* atau tidaknya, agar segera meninggalkan perilaku tersebut.

