

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan perangkat komunikasi yang dimanfaatkan seseorang dalam melakukan hubungan sosial. Bersamaan dengan maju pesatnya teknologi komunikasi, penggunaan media sosial juga semakin meningkat (Yulia, 2018). Berdasarkan hasil survei APJII, pengguna internet di Indonesia tahun 2020 sejumlah 196,7 juta pengguna, lalu tahun 2021 sejumlah 210 juta pengguna, dan tahun 2022-2023 sejumlah 215,63 juta pengguna. Dari data tersebut menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia selama tiga tahun terakhir. Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data dari Kompas.com, Instagram menduduki peringkat kedua sebesar 86,5 persen sebagai aplikasi kedua terbanyak yang digunakan di Indonesia. Berdasarkan data lembaga analisis Internasional sosial media Napoleon Cat per Oktober 2022 jumlah pengguna Instagram paling banyak berada di usia 18-24 tahun sekitar 33 juta dalam pada usia tersebut mayoritas merupakan seorang mahasiswa. Penggunaan Instagram pada mahasiswa tentunya memiliki motif. Berdasarkan penelitian Nurfalah (2021) motif penggunaan Instagram pada mahasiswa sebagai berikut: 1) Hiburan 2) Sebagai sahabat 3) Memenuhi keingintahuan 4) Pelarian 5) Kebahagiaan 6) Relasi Sosial 7) Bersantai 8) Mendapatkan Informasi 9) Menganalisis isi media.

Mahasiswa tergolong dalam tahap remaja akhir dan dewasa awal (Santrock, 2011). Secara kronologis, rentang usia masa dewasa awal berkisar 18 -24 tahun. Pada fase ini seseorang cenderung mengoptimalkan potensi yang dimiliki dan berusaha melakukan pencapaian dalam hidup. Dalam media sosial, mereka menunjukkan pencapaian atau keberhasilan yang mereka miliki sehingga merasa bahwa menampilkan diri di media sosial merupakan cara agar lebih dikenal banyak orang (Vogel et al., 2014). Mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram, tentunya memperoleh berbagai informasi dari melihat postingan yang ada di Instagram. Informasi yang diperoleh dari Instagram secara terus menerus dapat membentuk opini di kalangan mahasiswa (Purbohastuti, 2019). Opini tersebut berpengaruh pada *Subjective Well-Being* mahasiswa. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan

Rahman (2021) bahwa penggunaan media sosial Instagram juga mempunyai hubungan keterkaitan dengan kesejahteraan subjektif pada penggunaannya. Ketika unggahan foto atau video tersebut mendapat *likes* yang banyak dan mendapatkan *comment* yang baik, maka akan meningkatkan *Subjective Well-Being* pengguna. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Mutiara, 2018) bahwa jumlah *likes* dan *comment* pada unggahan foto mampu meningkatkan kesejahteraan seseorang daripada foto yang cenderung memiliki *likes* dan *comment* yang sedikit. Hal ini menunjukkan bagaimana seseorang ingin mendapatkan apresiasi dan simpati dari orang lain. Kemudian, seseorang yang senang membagikan informasi untuk menolong orang lain akan membuatnya merasakan kebahagiaan hal ini meningkatkan *Subjective Well-Being* (Saputri, 2022). Pernyataan diatas didukung dengan hasil penelitian (Muqtafa et al., 2022) terhadap 82 mahasiswa pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran, bahwa kesejahteraan subjektif responden tergolong baik. Kemudian didukung pernyataan (Syahreza & Tanjung, 2018) yang menyatakan bahwa mahasiswa yang menggunakan Instagram mendapatkan kesenangan sebesar 45%.

Selain pengaruh positif di atas, ternyata juga ditemukan pengaruh negatif penggunaan Instagram terhadap *Subjective Well-Being* seperti yang ditemukan dalam studi pendahuluan terdahulu terhadap mahasiswa Psikologi UNESA. Dengan membagikan *google form* kepada 26 narasumber mahasiswi Psikologi UNESA pengguna Instagram yang berumur sekitar 18 – 19 tahun (Panjaitan & Rahmasari, 2021). Ditemukan bahwa adanya pengaruh pada mahasiswi Psikologi UNESA yang bermain Instagram yaitu memiliki rasa percaya diri yang rendah (53,8%), adanya rasa ketidakpuasan dalam kehidupannya (30,8%) dan merasa cemas (26,9%). Berdasarkan survei terhadap 10 mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2017 ditemukan 80% mahasiswa merasa iri, dan stress saat terus-menerus memakai Instagram (Mutiara, 2018). Pada penelitian (Zaida & Anggraeni, 2019) terhadap mahasiswa pengguna Instagram di FISIP UNS ditemukan 15 mahasiswa (19%) memiliki kecemasan yang tinggi. Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang tidak menggunakan Instagram terlalu sering tidak terpengaruh pada atribut negatif di Instagram, dan tidak terlalu

membandingkan diri, sehingga mampu menaikkan kepuasan hidup pengguna. Mahasiswa dengan *Subjective Well-Being* rendah akan melewati tahap perkembangan dengan kurang baik. *Subjective Well-Being* yang rendah membuat mahasiswa mengalami gangguan psikologis seperti stres, yang mengganggu kinerja akademik mereka. Untuk itu membutuhkan aspek *Self-Worth* dan *Self-Compassion*. Konsep (*Self-Worth*) dan *Self-Compassion* memiliki persamaan yaitu dapat menghasilkan emosi positif (Repi, 2019)

Berdasarkan pemaparan di atas, terlihat adanya kesenjangan pada penelitian terdahulu yaitu adanya tingkat perbedaan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti tentang *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram.

Subjective Well-Being atau kesejahteraan individu dalam lingkup psikologis adalah penilaian seseorang terhadap kehidupannya secara menyeluruh (Diener, 2009). Penilaian kognitif berdasarkan kepuasan terhadap kehidupannya, sedangkan penilaian afektif berdasarkan perasaan (Gumala, 2018). *Subjective Well-Being* kebahagiaan seseorang dalam hidupnya, yang dipadukan oleh emosi positif dan emosi negatif yang relatif (Ramadhan, 2022). *Subjective Well-Being* yaitu penilaian seseorang secara keseluruhan terhadap kehidupannya dengan menerapkan standar atau kriteria (Rulanggi et al., 2021). Berdasarkan beberapa pengertian diatas, disimpulkan bahwa *Subjective Well-Being* yaitu kepuasan dan ketentraman serta kenyamanan yang dirasakan individu sebagai hasil evaluasi kognitif dan afektif.

Diener et al. (2002) menyatakan bahwa *Subjective Well-Being* meliputi aspek kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif. Kepuasan hidup termasuk komponen kognitif, sedangkan afek positif, dan afek negatif termasuk komponen afektif. Komponen kognitif merupakan penilaian kognitif dari kepuasan kehidupan seseorang (Schimmack, 2008). Kepuasan hidup yaitu bagaimana persepsi individu tentang kehidupannya dengan membandingkan pada standar atau kriteria yang ditentukan. Komponen afektif menggambarkan afeksi bahagia (afek positif) dan afeksi tidak bahagia (afek negatif) yang dirasakan seseorang dalam kehidupannya

(Schimmack, 2008). Afek positif yaitu mengutarakan suasana hati dan emosi positif pada kehidupannya sebagai ungkapan jika hidupnya sesuai apa yang diinginkan. Emosi-emosi seperti, kesenangan, bersungguh-sungguh, bergairah, dan semangat, mempunyai ambisi yang besar, atensi, afektif, dan giat ketika mengerjakan sesuatu. Afek negatif yaitu bagaimana emosi negatif yang diakibatkan peristiwa yang terjadi pada kehidupannya. Emosi negatif seperti sedih, merana, frustrasi.

Ada dua faktor yang berpengaruh terhadap *Subjective Well-Being* seseorang Diener (2009). 1) Kepuasan subjektif dinilai secara subjektif oleh seseorang. Kepuasan seseorang pada dirinya, ketika seseorang mempunyai harga diri supaya dapat merasakan puas dengan hidupnya. Hal ini memiliki korelasi tertinggi dengan kepuasan. 2) Faktor demografi, terdiri dari a) Usia, memiliki hubungan positif dengan kepuasan individu. Hal ini ditunjukkan dalam sebuah studi yang menjelaskan bahwa seseorang yang berada pada usia muda cenderung lebih bahagia dibandingkan seseorang yang usianya lebih tua (Kuhlen dalam Diener, 2009). b) Gender, pada saat ini perempuan sering mengungkapkan tentang afek negatif yang dirasakan, walaupun perempuan juga memperoleh kesenangan yang lebih dibandingkan laki-laki. c) Pengangguran, (Bradburn dalam Diener, 2009) menyatakan jika seseorang tidak memiliki pekerjaan dapat mengontrol ketentraman hidup laki-laki dan perempuan. Seseorang yang tidak memiliki pekerjaan atau kehilangan mata pencaharian, sehingga mengalami kesulitan dapat berpengaruh negatif terhadap *Subjective Well-Being* karena keperluan hidupnya belum tercukupi. d) Tujuan hidup yaitu seseorang merasa senang dan bahagia saat dia mampu meraih tujuan atau pencapaian yang dianggap tinggi. e) Kualitas relasi sosial. Kualitas relasi sosial dianggap baik saat seseorang dapat menjalin relasi yang baik dengan sebagian besar orang yang dikenalnya.

Self-Compassion adalah kemampuan seseorang memberikan hal baik dan kepedulian pada dirinya saat menghadapi rintangan, konflik, dan penderitaan dalam hidup serta dapat menafsirkan bahwa segala rintangan, konflik, dan penderitaan pada kehidupan sebagai perjalanan hidup seorang manusia (Neff, 2011). *Self-*

Compassion adalah proses seseorang memberikan pemahaman baik terhadap peristiwa menyedihkan dan menyakitkan yang terjadi pada dirinya dan memahami jika hal tersebut merupakan pengalaman hidup manusia (Hasmarlin & Hirmaningsih, 2019). *Self-Compassion* merupakan kemampuan seseorang dalam memahami perasaan dan penerimaan dirinya dengan baik, secara emosional dan kognitif ketika menghadapi peristiwa yang tidak menyenangkan (Germer, 2009). Kesimpulan dari definisi diatas, *Self-Compassion* adalah kemampuan seseorang menerima dan memperlakukan diri dengan baik ketika mengalami penderitaan, dan menganggap hal tersebut sebagai hal normal yang terjadi pada manusia.

Neff (2011) mengemukakan terdapat tiga aspek *Self-Compassion*. 1) *Self-Kindness vs Self Judgement*, seseorang yang memiliki *Self-Kindness* terbiasa dengan afirmasi positif seperti penerimaan bahwa dirinya berhak memperoleh kebahagiaan, cinta, kasih sayang, dan kenyamanan walaupun keadaan sedang tidak baik (Setyoningsih, 2018). *Self-Judgment* merupakan lawan dari *Self-Kindness*. Seseorang yang lebih kuat *Self-Judgment* dibandingkan *Self-Kindness* tidak menerima perasaan, pikiran, dan perilaku dari individu itu sendiri. 2) *Common Humanity vs Isolation*. *Common Humanity* merupakan bagian ketika seseorang berpikir bahwa penderitaan dan kegagalan merupakan hal lazim yang terjadi pada manusia. *Isolation* berlawanan dengan *Common Humanity*. Pada kondisi *Isolation* seseorang berpikir bahwa penderitaan dan kegagalan yang terjadi pada dirinya merupakan peristiwa yang terjadi hanya kepadanya. Hal ini dapat menyebabkan orang menyalahkan diri sendiri atas penderitaan yang terjadi. 3) *Mindfulness vs Overconfidence*. *Mindfulness* merupakan pemahaman diri yang memiliki sikap kesadaran penuh terhadap situasi yang hal ini sebagai bentuk kemampuan dari individu dalam menyinkronkan pikiran dengan keadaan yang tidak sesuai dengan keinginan. *Over Identification* adalah sikap seseorang yang cenderung tidak dapat mengendalikan emosi.

Kristen Neff dalam (Hidayati, 2015) berpendapat faktor yang mempengaruhi *Self-Compassion* ada tiga. 1) Jenis kelamin, penelitian Neff mendapatkan hasil bahwa dibandingkan dengan laki-laki, *Self-Compassion*

perempuan lebih rendah. Hal tersebut diakibatkan perempuan cenderung banyak memberikan komentar, menyalahkan dirinya, dan merasa sendirian saat sedang kesulitan, sering memikirkan penyesalan di masa lampau, dan mudah terbawa pada emosi negatif. 2) Usia, memiliki asosiasi yang relevan dengan *Self-Compassion* (Neff,2003). 3) Kepribadian *The Big Five Personality*, adalah dimensi dari kepribadian (*personality*) yang bertujuan untuk mengetahui kepribadian seseorang. Allport dan Odbert dapat menemukan 18.000 istilah yang diaplikasikan untuk membedakan kepribadian antar individu. Dari daftar tersebut memicu Cattell membuat model multidimensional kepribadian. Dari 18.000 sifat Cattell melakukan analisis sehingga ditemukan 12 faktor. Kemudian peneliti-peneliti lain melakukan analisis sehingga di dapat lima faktor menonjol dan akhirnya diberi nama *Big Five* oleh Goldberg. Goldberg menyatakan bahwa dimensi tersebut sejumlah lima. a) *Extraversion*, seseorang *extraversion* memiliki semangat dan antusias yang besar ketika membangun hubungan sosial. Keantusiasan dapat terlihat dari emosi positif yang ditampakan. b) *Agreeableness*, ciri-cirinya memiliki perasaan yang tulus halus, suka berbagi, dan fokus kepada hal-hal positif orang lain. c) *Conscientiousness* yaitu karakteristik pada dimensi ini terdiri dari atensi yang tinggi, bertanggung jawab, dapat diandalkan, dan menyukai aturan. d), *Neuroticism* merupakan sifat yang didominasi oleh emosi negatif kegundahan, kemuraman, dan ketidakstabilan emosi. e) *Agreeableness*, dimensi ini erat kaitannya dengan imajinasi dan pengetahuan. Seseorang yang mempunyai sifat ini dalam nilai yang tinggi, condong mempunyai minat yang luas.

Self-Worth adalah keyakinan mendasar seseorang bahwa dirinya berharga dan berarti (Rogers,1959). *Self-Worth* diartikan sebagai tingkat evaluasi seseorang tentang seberapa berharga dirinya (Baumeister et al., 2003). *Self-Worth* merupakan keadaan seseorang yang menyadari bahwa ia berhak untuk bahagia (Anthoneta & Pa, 2017). Dapat ditarik kesimpulan, *Self-Worth* merupakan penilaian dan keyakinan seseorang terhadap diri sendiri bahwa dirinya berharga dan berhak untuk bahagia.

Self-Worth yang dikemukakan oleh Crocker et al, (2003) disusun berdasarkan tujuh komponen seperti kompetensi, penampilan, pengakuan dari orang lain, kompetisi, dukungan keluarga, cinta Tuhan, dan kebajikan.

- 1) Kompetensi, Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri berasal dari evaluasi kompetensi akademik seseorang. Ketika kompetensi yang dimiliki mahasiswa bagus maka harga diri dan kepuasan diri juga meningkat. Hal ini menjadikan kompetensi akademik sebagai sumber harga diri *Self-Worth* yang berharga (Crocker et al., 2003).
- 2) Penampilan, pada saat ini seseorang cenderung menilai seseorang berdasarkan penampilan fisik (Crocker et al, 2003). Misalnya di kalangan remaja, penilaian terhadap penampilan fisik menjadi prediktor terkuat harga diri seseorang baik laki-laki maupun perempuan.
- 3) Kompetisi, ketika seseorang mampu mengalahkan orang lain dalam suatu persaingan, hal tersebut bagi sebagian orang dapat meningkatkan harga diri atau *Self-Worth* (Crocker et al, 2003).
- 4) Pengakuan dari orang lain, persepsi orang lain terhadap diri seseorang menjadi hal penting dalam pembentukan harga diri (Crocker et al, 2003).
- 5) Dukungan keluarga, kasih sayang yang didapatkan dari anggota keluarga memiliki keterkaitan dengan harga diri atau *Self-Worth*. Hampir semua mahasiswa berpotensi mendapatkan *Self-Worth* yang berasal dari dukungan keluarga (Crocker et al, 2003).
- 6) Cinta Tuhan, agama mempunyai pengaruh positif terhadap harga diri (*Self-Worth*) melalui keyakinan bahwa setiap manusia dicintai, dihargai di mata Tuhan (Crocker et al, 2003)
- 7) Kebajikan, ketaatan pada aturan dan norma yang berlaku, menjadikan seseorang dianggap memiliki kepribadian yang baik, bermoral, dan berharga (Crocker et al, 2003).

Anthoneta & Pa, (2017) berpendapat faktor-faktor yang mempengaruhi (*Self Worth*) seseorang ada tiga.

- 1) Konsep diri yaitu orang sering memandang bahwa konsep diri berdasarkan bukan proses. Apabila mengalami kegagalan maka, konsep dirinya hilang. Padahal konsep diri terbentuk berdasarkan proses yang dialami bukan dari faktor keturunan, berhasil atau gagalnya seseorang melakukan sesuatu.
- 2) Faktor keluarga, menjadi salah satu faktor yang mempunyai pengaruh pada perkembangan kepercayaan diri seperti adanya kedekatan dengan orang tua, saudara kandung, dan kerabat. Keluarga merupakan orang paling dekat dengan diri

kita dan memberikan banyak kontribusi dalam pembentukan kepercayaan diri seorang anak.3) Faktor lingkungan, yaitu seorang remaja lebih sering mengevaluasi dirinya berlandaskan perkataan orang lain, kelompok atau lingkungannya. Harga diri remaja sangat dipengaruhi dari bagaimana pandangan kelompoknya terhadap dirinya.

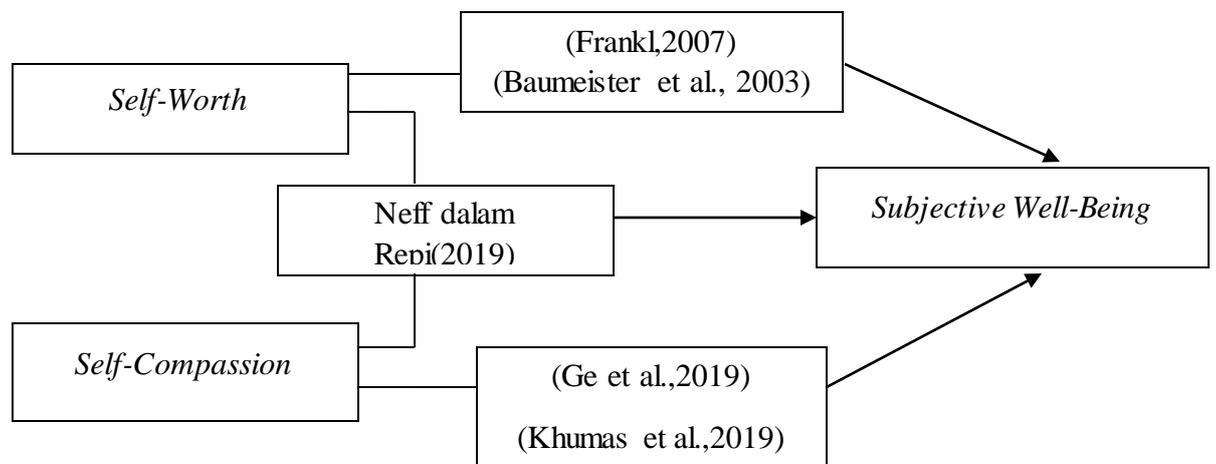
Teori *bottom-up* menjadi salah satu landasan teori dalam *Subjective Well-Being* (Diener, 2009). Teori *bottom-up* beranggapan bahwa penilaian kepuasan hidup dilakukan berdasarkan penilaian kepuasan pada domain kehidupan (Afridah et al., 2022). Teori ini berpandangan agar kita melakukan penilaian kesejahteraan secara menyeluruh pada domain kehidupan, kemudian menggabungkan beragam kepuasan menjadi totalitas kesejahteraan (Hartono et al., 2021). Dasar argumen dari teori *bottom-up* yaitu pemenuhan kebutuhan dasar mampu meningkatkan kepuasan pada domain kehidupan serta memberikan dampak pada kepuasan hidup secara keseluruhan (Harahap, 2016). Adanya *Self-Worth* dan *Self-Compassion* dapat meningkatkan kepuasan tersebut. Ketika seseorang merasa puas dan bahagia dalam berbagai aspek kehidupan, hal ini dapat memengaruhi penilaian positif seseorang terhadap *Self-Worth*. Namun, apabila kepuasan dalam domain kehidupan tidak terpenuhi karena mengalami kegagalan maka dapat menurunkan kesejahteraan subjektif. Dalam situasi ini, *Self-Compassion* dapat membantu mengatasi kesulitan emosional dan memulihkan diri akibat kepuasan dalam domain kehidupan yang tidak terpenuhi, sehingga mampu meningkatkan *Subjective Well-Being*. Seseorang yang bisa menghargai dirinya, dan menerima segala peristiwa dalam hidupnya secara positif maka merasa lebih mudah puas terhadap kehidupannya, jarang marah, jarang kesal atau kecewa, lebih banyak merasa bahagia, aman, nyaman, tentram dan damai.

Konsep *Self-Worth* dan konsep *Self-Compassion* memiliki perbedaan (Repi, 2019). Perbedaan antara *Self-Worth* dengan *Self-Compassion* yaitu, jika *Self-Worth* didasarkan pada penilaian positif atau negatif terhadap diri sendiri berdasarkan prestasi dan pencapaian, sedangkan *Self-Compassion* melibatkan pengasuhan emosional dan penghargaan terhadap diri sendiri terlepas dari pencapaian maupun

kegagalan (Repi, 2019). Perbedaan lainnya, yaitu *Self-Worth* yang tinggi tergantung pada penilaian diri atas pencapaian dan penerimaan eksternal, sedangkan *Self-Compassion* cenderung memberi dukungan emosional yang stabil dan konsisten.

Frank dalam penelitian Lestari & Hariastuti (2020) menyatakan bahwa sikap menerima dari situasi sulit (*Self-Worth*) merupakan sumber dari kehidupan yang bermakna (*Subjective Well Being*). *Self-Worth* dalam diri seseorang dapat mempengaruhi kebahagiaan seseorang (Buwana, 2021). Baumeister (2003) menyatakan jika *Self-Worth* yang tinggi terbukti memiliki hubungan positif dengan *Subjective Well-Being*. Konsep (*Self-Worth*) dan konsep *Self-Compassion* memiliki persamaan yaitu dapat menghasilkan emosi positif (Repi, 2019). Ge dkk. (2019) menyatakan bahwa *Self-Compassion* mampu beradaptasi terhadap pengaruh psikologis dari permasalahan hidup individu, mengembangkan kemampuan dalam mengontrol emosi negatif, dan menggunakan pengalaman emosional dan penilaian subjektif dengan positif, sehingga mempunyai *Subjective Well-Being* yang tinggi. Pada penelitian Khumas (2019) yang dilakukan kepada 1161 siswa di Makasar terdapat korelasi positif antara *Self-Compassion* dengan *Subjective-Well Being*.

Berdasarkan uraian di atas rumusan masalah penelitian ini adalah: Adakah hubungan antara variabel *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram?. Berikut bagan dari kerangka berpikir:



Tujuan yang ingin dilakukan peneliti yaitu untuk menguji hubungan antara *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis yaitu hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam ilmu psikologi terutama disiplin psikologi positif sehingga dapat dijadikan sumber pengetahuan untuk penelitian berikutnya. Manfaat praktis bagi mahasiswa yaitu dapat memberikan informasi bahwa penggunaan media sosial Instagram mampu mempengaruhi *Subjective Well-Being* seseorang. Manfaat praktis bagi peneliti yaitu dapat memberikan data empiris tentang hubungan *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada penggunaan Instagram. Hipotesis mayor dalam penelitian ini yaitu ada hubungan antara *Self-Worth*, *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being* pada mahasiswa pengguna Instagram. Hipotesis Minor pertama yaitu ada hubungan positif antara *Self-Worth* dengan *Subjective Well-Being*. Hipotesis minor kedua yaitu ada hubungan positif antara *Self-Compassion* dengan *Subjective Well-Being*.