

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Belakangan ini muncul beberapa media sosial baru yang lebih spesifik penggunaannya. Seperti contohnya adalah instagram. Instagram sendiri pertama kali dirilis pada tanggal 6 Oktober tahun 2010 di Amerika yang dikutip dari (id.m.wikipedia.org tahun 2016). Kemudian instagram mulai masuk ke Indonesia pada awal tahun 2011.

Instagram sendiri sampai saat ini penggunanya sudah mencapai 200 juta orang. Menurut Deliusno (dalam Lestari & Fitriani, 2014) dari total pengguna tersebut, instagram kedatangan 100 juta pengguna baru dalam setahun terakhir, sebuah peningkatan yang cukup besar dalam durasi yang singkat. Instagram saat ini sudah mulai diminati oleh hampir semua lapisan masyarakat, dari yang tua, muda, anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Secara khusus dilaporkan oleh Pew Research Center's Internet dan American Life Project Tracking Surveys, untuk jumlah pengguna instagram sendiri, perempuan hanya unggul 6 persen saja dibanding laki-laki (Hadi, 2013). Survei ini membuktikan bahwa pengguna aktif instagram tidak terbatas hanya pada satu kaum saja, namun sudah mulai merata laki-laki dan perempuan.

Instagram merupakan media sosial untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram sendiri. Menurut wikipedia instagram merupakan media sosial yang khusus untuk

membagikan foto (id.m.wikipedia.org tahun 2016). Karena munculnya instagram maka berimbas pada makin banyaknya penghobi foto yang mendadak meledak. Terlebih karena kemajuan teknologi dan menjadikan mudahnya seseorang dalam membuat sebuah foto, hanya menggunakan telepon genggam sekarang sudah menghasilkan foto dengan kualitas yang baik.

Menurut Soelarko (dalam Tanasa, 2015) semakin banyaknya penikmat dan penggila foto maka mengubah penggunaan foto itu sendiri, yang dahulu sebagai pelengkap sebuah tulisan atau artikel, saat ini foto menjadi bagian utama dan tulisan hanya sebagai caption atau penjelasan dari foto tersebut. Perubahan paradigma tersebut berakibat belakangan ini muncul suatu fenomena baru yaitu *self image* atau biasa disebut dengan *selfie*.

Menurut Galer dan Mark (dalam Tanasa, 2015) *selfie* merupakan foto dengan objek diri sendiri, dengan menggunakan refleksi kaca ataupun dengan kamera depan sebuah ponsel foto *selfie* dapat dengan mudah diambil.

”Although the selfie signifies a sense of human agency (it is a photograph one knowingly takes of oneself, often shown to other humans)” (Theresa M. Senft dan Nancy K. Bayn, 2015).

Kutipan di atas menerangkan bahwa foto *selfie* merupakan foto sengaja diambil dari diri sendiri, semakin menguatkan bahwa foto *selfie* merupakan foto diri sendiri yang diambil oleh diri sendiri untuk di bagikan ke orang lain. Banyak orang melakukan *selfie*, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Pelaku *selfie* juga tidak terbatas hanya pada orang biasa, artis, pejabat, menteri, pemuka agama bahkan presiden pun juga melakukan foto *selfie*.

Pada kehidupan sekarang ini tidak sulit menemukan seseorang melakukan *selfie* dan memiliki foto *selfie*. Saat ini mudah menjumpai dimana saja orang melakukan *selfie*, ada yang di bus, di jalan bahkan di dalam toilet bisa melakukan foto diri sendiri dan mengunggahnya ke instagram. Inilah yang menggambarkan bahwa *selfie* dan mengunggahnya ke instagram suatu tren yang sedang digandrungi oleh masyarakat khususnya remaja. Hal ini dikarenakan foto *selfie* yang diunggah ke instagram dapat memenuhi ke arah mengekspresikan diri, menyalurkan hobi dan menunjukkan kepercayaan diri. Seperti yang dikatakan oleh Fadila (2015), "Instagram menjadi rumahnya '*selfie*'. Saat ini, instagram menjadi layanan favorit buat berbagi foto *selfie*. Aplikasi ini jadi sangat populer karena mengizinkan penggunanya untuk mengedit, memberi filter, dan mengunggah foto secara praktis. Sejak januari 2013 foto bertagar *#selfie* digunakan sekitar 34 juta kali ke aplikasi ini. Untuk kebutuhan impulsif *selfie* kamu, instagram adalah pilihan yang paling tepat"

Fenomena *selfie* berkaitan dengan kepercayaan diri remaja atas dirinya sendiri (Simatupang, 2015). Menurut Monks (dalam Suwito, 2013) masa remaja sering disebut *adolesensi* yang berasal dari bahasa latin *adolescene* dan *adultus* yang berarti menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa. Melakukan foto *selfie* hingga mengunggahnya ke instagram biasanya banyak dilakukan remaja-remaja putri, baik remaja awal maupun remaja akhir. Seperti sebuah studi yang dilakukan CNN yang dilaporkan dari (health.liputan6.com tahun 2015) dengan tajuk *#Being13: Inside the Secret World Teens* melakukan survei tentang penggunaan instagram pada remaja. Riset ini melibatkan 200 siswa

kelas delapan di enam negara bagian Amerika Serikat. Dan hasilnya sungguh mengagetkan. Remaja perempuan melakukan *selfie* sekitar 100-200 kali per hari, sedangkan remaja laki-laki sekitar 10-25 kali per hari.

Di usia remaja sendiri dimana saat-saat remaja berekspresi berpikir secara abstrak apa yang ada di dalam kepala remaja. *Selfie* pada remaja dilakukan dalam berbagai macam kesempatan dan berbagai macam tujuan. Secara tak langsung *selfie* sendiri memperlihatkan seberapa besar kepercayaan diri remaja. Seperti kasus yang terjadi pada Arnold Putra remaja laki-laki asal Indonesia, (www.tribunnews.com tahun 2016) yang melaporkan bahwa Arnold melakukan foto *selfie* sebanyak 28 kali perhari dan langsung mengunggahnya ke instagram. Arnold tidak pernah absen berfoto *selfie* setiap harinya.

Kasus lain yang juga terjadi pada artis remaja Indonesia Olivia Jensen yang dilaporkan oleh Inilah.com (2015) Olivia melakukan foto *selfie* sebanyak 45 kali perhari dan mengunggahnya ke instagram. "Aku suka banget *selfie*, apalagi sebagai *public figure* harus banyak sharing moment pada *fans* agar lebih dekat. Aku *selfie* sehari bisa sampai 45 kali" ujar Olivia ketika diwawancarai tim redaksi.

Remaja yang mengunggah foto *selfie* ke instagram mengharapkan respon diberikan "*love*" dan komentar dari pengguna instagram lainnya (Rahmawati, 2015). Sekelompok peneliti di Georgia Tech dan Yahoo melakukan wawancara terhadap 15 orang remaja pengguna instagram. Didapati dari penelitian yang dipublikasikan di AAAI Conference on Web and Social Media, para remaja akan lebih merasa percaya diri ketika foto *selfie* yang diunggahnya ke instagram

mendapatkan banyak *love* dan komentar dari para pengikutnya (dalam Felicia, 2015).

Penelitian lain yang diinisiasi Dove melalui “*Self-Esteem Project*” yang dilaporkan dari (www.bangka.tribunnews.com tahun 2015) 60 persen dari perempuan merasa kehilangan kepercayaan diri dan kecewa pada diri sendiri jika mereka tidak mendapat jumlah “*love*” seperti yang diharapkan. Artinya setiap hari 60 persen wanita dalam penelitian tersebut, rasa senang, kebahagiaan dalam hidup ditentukan oleh foto *selfie* yang mereka pajang.

Sebuah penelitian yang dilakukan Ridgeway dan Clayton (2016) mencoba mencari tahu pengaruh “*love*” foto *selfie* terhadap rasa percaya diri remaja. Penelitian dilakukan terhadap 420 remaja pengguna instagram dengan cara mengisi kuesioner *online*. Hasilnya adalah para remaja akan lebih percaya diri ketika foto *selfie*-nya disukai banyak pengguna instagram lainnya, dan sebaliknya remaja akan merasa kurang percaya diri saat “*love*” dalam foto *selfie* para remaja rendah.

Penelitian diatas relevan dengan hasil wawancara awal penulis dengan 3 subjek yang berbeda. Subjek berinisial CM berjenis kelamin perempuan berusia 17 tahun, CM mengaku akan lebih percaya diri ketika foto *selfie* yang diunggahnya ke instagram mendapatkan banyak “*love*” ataupun komentar dari pengguna lainnya. CM mengaku jika foto *selfie* yang di unggahnya ke instagram tidak mendapatkan jumlah “*love*” yang diharapkan, CM akan meminjam akun instagram teman-temannya untuk memberikan “*love*” pada foto *selfie*-nya tersebut.

Wawancara lainnya dengan subjek AR berjenis kelamin perempuan berusia 15 tahun, dan subjek DG berjenis kelamin laki-laki berusia 16 tahun mengaku jumlah “love” ataupun komentar dalam *postingan* foto *selfie*-nya di *instagram* tidak terlalu mempengaruhi kepercayaan dirinya. Alasan yang sama dikemukakan oleh kedua subjek sama, bahwa subjek mengunggah foto *selfie* ke *instagram* hanya untuk berbagi momen kepada para pengguna *instagram* lainnya.

Kepercayaan diri sendiri merupakan modal utama seseorang, khususnya remaja untuk mencapai kesuksesan. Hakim (dalam Korniwati, 2013) kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuat seseorang merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya. Menurut Fatimah (dalam Syafitri, 2014) kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya.

Lauster (dalam Sahrnanca & Astorini, 2013) menjelaskan kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau perasaan yakin akan kemampuan diri sendiri sehingga orang yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam tindakan-tindakannya, dapat merasa bebas melakukan hal yang disukainya dan bertanggung jawab atas perbuatannya, hangat dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain.

Kepercayaan diri yang dimiliki remaja berbeda-beda tingkatannya. Hal tersebut karena kepercayaan diri remaja dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Salah satu faktor internal tersebut adalah konsep diri (Ghufron

dalam Haque, 2015). Konsep diri adalah sebagai keseluruhan (totalitas) dari pemahaman yang dimiliki seseorang terhadap dirinya, sikap tentang dirinya, dan keseluruhan gambaran diri (Sari, 2015).

Selanjutnya menurut Baron & Byrne (2003) konsep diri adalah identitas diri seseorang sebagai sebuah skema dasar yang terdiri dari kumpulan keyakinan dan sikap terhadap diri sendiri yang terorganisasi. Konsep diri merupakan suatu faktor yang dipelajari oleh seseorang, yang terbentuk dari pengalaman seseorang dalam berhubungan dengan orang lain. Sumber informasi mengenai konsep diri seseorang dapat diperoleh melalui interaksinya dengan orang lain, yaitu orang tua, teman sebaya, dan masyarakat.

Kaitannya dengan pengunggahan foto *selfie* di instagram, maka apabila remaja mendapat banyak respon “*love*” dan komentar cantik atau tampan dari pengguna instagram lainnya, maka itu akan dapat membentuk konsep diri yang positif, karena remaja tersebut menjadi yakin bahwa dirinya tampan atau cantik, terlebih lagi bila mendapat komentar yang berupa pujian, maka konsep diri remaja menjadi semakin positif.

Demikian sebaliknya apabila hanya sedikit atau tidak sama sekali mendapat respon “*love*” maka remaja tersebut menjadi merasa jelek dan konsep dirinya negatif. Konsep diri yang positif penting bagi remaja karena hal itu akan berpengaruh pada kepercayaan diri yang tinggi pada remaja. Remaja yang menerima kekurangan dirinya sendiri, akan lebih optimis mendapat komentar baik dari orang lain. Sedangkan remaja yang tidak mampu menerima kekurangan

dirinya pesimis dengan komentar yang didapat setelah remaja mengunggah foto selfie di instagram.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Korniawati (2013) remaja yang memiliki konsep diri yang positif terlihat lebih optimis, serta penuh percaya diri. Sedangkan sebaliknya pada remaja yang memiliki konsep diri negatif. Dari konsep diri yang dimiliki oleh seorang remaja, remaja tersebut menunjukkan dengan cara mengaktualisasikan diri. Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasad (2015) pada 140 remaja di Chhatisgarh, India, bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara konsep diri dengan kepercayaan diri.

Selain dipengaruhi oleh konsep diri, kepercayaan diri juga dipengaruhi oleh faktor demografi yakni usia dan jenis kelamin, seperti dikatakan oleh Hurlock (2003) bahwa terdapat perbedaan tingkat kepercayaan diri menurut jenis kelamin, dan juga dari kematangan usia. Remaja dengan usia yang lebih matang tingkat kepercayaan dirinya lebih tinggi, sedangkan remaja laki-laki cenderung merasa lebih percaya diri. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharma & Sahu (2013) terhadap 25 sekolah yang ada di 5 negara, menyebutkan bahwa jenis kelamin sangat mempengaruhi tingkat percaya diri individu. Secara spesifik penelitian ini menyebutkan bahwa jenis kelamin laki-laki tingkat kepercayaan dirinya lebih tinggi dibanding perempuan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Goel & Aggarwal (2012) pada 363 pelajar di 1 sekolah menengah pertama umum dan 1 sekolah menengah atas umum menunjukkan bahwa perbedaan usia

mengakibatkan perbedaan tingkat rasa percaya diri pada siswa, dimana siswa sekolah menengah atas lebih tinggi tingkat kepercayaan dirinya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah “Apakah ada hubungan antara konsep diri dengan kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram dan apakah ada perbedaan kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram ditinjau dari jenis kelamin dan usia pelaku”.

Melihat dari rumusan masalah diatas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan mengadakan penelitian yang berjudul: “Hubungan antara konsep diri dengan kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram (ditinjau dari jenis kelamin dan usia pelaku)”.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan diri pada remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram.
2. Untuk mengetahui konsep diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram.
3. Untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram.
4. Untuk mengetahui perbedaan kepercayaan diri remaja ditinjau dari jenis kelamin dan usia.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan Ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Sosial, Psikologi Klinis, dan Kesehatan Mental pada kajian mengenai hubungan antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada remaja yang mengunggah foto *selfie* di instagram.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Siswa

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan informasi sekaligus pemahaman kepada siswa pengguna jejaring media sosial, khususnya instagram agar lebih percaya diri disaat mengunggah foto *selfie*.

b. Bagi Sekolah

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan info positif bagi sekolah terkait dengan konsep diri dan kepercayaan diri di media sosial khususnya instagram pada siswa.

