

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengguna situs media sosial saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat di seluruh belahan dunia, yakni salah satunya termasuk di Indonesia. Media sosial mendominasi konten internet sebagai yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial (Sugiharto, 2016). Semakin maraknya penggunaan situs media sosial membuat orang-orang mudah untuk berbagi informasi satu sama lain, terlebih lagi dengan berkembangnya *smartphone* di kalangan masyarakat saat ini. Anasari (2015) mengatakan media sosial adalah sebuah web yang bertujuan agar pengguna media sosial tersebut dapat melakukan aktifitas seperti membuat profil pengguna, melihat daftar pengguna yang ada, selain itu juga dapat mengundang atau menerima teman untuk bergabung ke situs tersebut.

Yusuf (2013) mengatakan bahwa hasil dari studi ITU meneliti jumlah anak muda yang memiliki usia sekitar 15-24 tahun pada tahun 2012, yang mengakses internet selama lima tahun atau lebih. Perolehan data-data tersebut diambil dari berbagai macam sumber, termasuk juga informasi data jumlah penduduk yang mengakses internet pada tahun 2007, 5 tahun sebelum 2012. Perolehan data tersebut dapat disimpulkan bahwa selama 5 tahun atau lebih baru 2,4 persen dari total populasi jumlah remaja Indonesia yang aktif mengakses internet. ICT global

memaparkan jaringan media sosial dan teknologi mobile statistik tahun 2014, terdapat 2,5 miliar pengguna internet dari populasi dunia dari 7,1 miliar. Pengguna internet menyumbang 35% dari populasi dunia dengan 1,9 miliar aktif pengguna jaringan media sosial (Ajayi, 2015). Media sosial seolah telah melekat dan menjadi bagian dari pertumbuhan para remaja.

Masa remaja yaitu masa peralihan dari kanak-kanak ke dewasa. Masa remaja dimulai sekitar usia 10 sampai 12 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 21 tahun. Masa remaja itu sendiri akan terlihat dari terjadinya suatu perubahan-perubahan yakni perubahan fisik yang sangat cepat, seperti pertumbuhan berat badan serta tinggi badan. Para remaja mengejar kebebasan sesering mungkin dan mencari identitas mereka sendiri (Santrock, 2009). Pemikiran mereka menjadi lebih abstrak dibandingkan ketika mereka masih kanak-kanak, menjadi logis, dan idealistis. Perubahan fisik, sosial dan emosional inilah yang membuat remaja saat ini cenderung lebih banyak mengakses media sosial.

Media sosial saat ini ada beberapa yang digunakan oleh para remaja Indonesia yakni facebook, twitter, yahoo messenger, path, instagram dan yang terakhir adalah skype. Media sosial tersebut yang banyak digunakan oleh remaja yaitu instagram. Instagram saat ini menjadi salah satu aplikasi populer yang menjamur di kalangan remaja tidak terkecuali di Indonesia. Instagram sendiri pada awal tahun 2016 ini telah naik jumlah pengguna menjadi lebih dari 400 juta pengguna dengan sekitar 80 juta gambar yang diunggah setiap harinya. Jumlah pengguna instagram ini terjadi peningkatan sebanyak 100 juta dari sebelumnya

300 juta pengguna. Negara Indonesia ada sekitar 12.000 pengguna yang tergabung dalam komunitas pengguna instagram yang bernama *instameet* (Pratiwi, 2016).

Kepopularitasan instagram di antara kaum remaja dapat mengalahkan facebook. Survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset Piper Jaffray terhadap responden remaja Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33 persen para remaja yang berusia 13 hingga 19 tahun cenderung lebih menyukai serta lebih banyak mengakses instagram, sedangkan yang mengakui menyukai twitter yakni sebesar 20 persen, sehingga ditempatkan menjadi peringkat kedua. (Widiartanto, 2015). Melalui survei yang dilakukan, terungkap pula demografi pengguna instagram berdasarkan umur. Mayoritas, instagram didominasi pengguna aktif berusia 18-24 tahun dengan persentase 59 persen. Sementara, pengguna 25-34 tahun sebanyak 30 persen, dan pengguna 34-44 tahun berada di angka 11 persen (Reza, 2016). Rahma (2016) mengatakan bahwa, studi dari *Now Sourcing and Frames Direct* memaparkan 250 juta pengguna instagram mengunggah selfie setiap hari lebih dari 10 selfie oleh satu pengguna di Indonesia.

Kemudian terdapat empat alasan yang utama mengapa para remaja menjadi sering menggunakan media sosial, yang pertama ingin mendapat perhatian dari orang lain. Berdasarkan hasil penelitian dari *Pew Research Center Study*, AS, yakni sebagian para remaja menyukai kegiatan seperti berbagi informasi di sosial media. Berbagi informasi tersebut bertujuan agar mendapatkan perhatian. Remaja terkadang juga mengeluhkan mengenai *oversharing* yang dilakukan dari pengguna media sosial lain. Padahal, para remaja juga seringkali berbagi informasi yang sifatnya pribadi di dalam media sosial itu sendiri.

Alasan yang kedua yakni remaja saat ini ketika akan memutuskan sesuatu kerap meminta pendapat dari rekan-rekannya. Hal tersebut akan terlihat wajar apabila di dunia nyata. Namun, menjadi terlihat berlebihan apabila hal tersebut dilakukan di media sosial, selain itu dengan adanya media sosial para remaja akan selalu meminta pendapat kepada rekannya untuk berbagai hal yang tidak penting. Contohnya seperti, para remaja akan semakin sering untuk mengunggah suatu foto maupun video hanya untuk melihat komentar yang diberikan oleh teman-temannya. Apabila individu mendapatkan banyak pujian atau mendapatkan "like" di instagram, akan membuat individu menjadi merasa populer. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa media sosial menjadi indikator kepopuleran. Para remaja akan merasakan sebuah "kepuasan intrinsik" apabila remaja tersebut populer di media sosial.

Kemudian alasan yang ketiga dapat menumbuhkan citra diri. Media sosial sebenarnya tidak dapat mendeskripsikan pribadi seorang pengguna secara menyeluruh, maka dari itu para remaja menjadikan media sosial sebagai penumbuh citra positif. Remaja cenderung akan memberikan kesan yang positif saat di media sosial dan akan berharap bahwa orang lain akan melihat seperti apa yang individu harapkan. Kemudian yang terakhir adalah menyebabkan kecanduan. Remaja akan mengalami kesulitan dari hal yang dilakukan. Individu "terjebak" ke dalam lingkaran drama media sosial yang pada kenyataannya individu tersebut juga termasuk pelaku drama (Jatmika, 2013).

Fenomena lainnya yang terjadi pada pengguna media sosial instagram adalah instagram dapat meningkatkan pemicu *self-promotion* yakni ketika melihat

foto bagus dipublikasikan oleh rekannya di instagram, maka cara individu untuk mengendalikan perasaan soal diperlukannya eksistensi diri adalah dengan mempublikasikan foto yang lebih baik. Individu akan terpacu untuk terus mempublikasikan foto yang lebih baik, lebih baik, dan selalu lebih baik. Instagram juga dapat mengurangi perasaan dan penghargaan diri sendiri (*self-esteem*) hanya karena hal-hal sederhana, seperti jumlah *likes* dan *comment*. Hal ini diungkap dalam artikel *Why I'm Happier Without Instagram* di State Press. Individu akan menghapus foto yang tidak mendapat cukup banyak *likes* dan *comment*, serta mengatur segalanya seperti mengatur kapan waktu yang tepat untuk *posting* dan mengatur *caption* yang sempurna untuk dipublikasikan. Bahkan individu tersebut akan mencatat *caption* yang akan digunakan di notepad ponsel pintarnya (Avesina , 2015).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga orang remaja diperoleh, subjek M mengatakan sering membuka instagram dalam sehari dapat sampai 10 kali dan bisa hampir 1 jam, saat subjek M mengupload foto subjek ingin tau respon orang ketika mengupload foto dan sangat senang ketika mendapat banyak likes, subjek juga mengatakan ketika mendapatkan jumlah likes yang sedikit subjek merasa sedikit kecewa karena tidak sesuai dengan apa yang subjek inginkan.

Kemudian pada subjek D mengatakan bahwa sebelum subjek meng-upload foto di instagram, subjek D mengedit foto dan memikirkan caption yang akan di posting, subjek berharap mendapatkan banyak likes yang membuat subjek merasa bahwa banyak orang yang tertarik pada diri subjek, akan tetapi ketika subjek mendapatkan sedikit likes subjek akan menghapus postingan pada instagram,

karena subjek mengatakan bahwa subjek malu apabila hanya mendapatkan sedikit likes di instagram.

Subjek R juga mengatakan hal demikian bahwa subjek akan merasa sangat senang sekali ketika banyak likes di postingan instagram yang di miliki. Kemudian apabila subjek mendapatkan sedikit likes subjek akan menghapus postingan yang subjek bagikan di instagram. Subjek juga mengatur waktu yang tepat untuk memposting foto maupun video. Selain itu subjek juga mengatakan bahwa, subjek meminta rekan subjek untuk memberikan tanda likes pada foto yang subjek unggah setelah subjek memberikan tanda likes kepada foto teman subjek.

Fenomena lainnya juga memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh pada harga diri seorang remaja yaitu, mempublikasikan diri dengan menampilkan foto yang dirasa cukup menarik dan cenderung acuh tak acuh. Menurut Sukmasari (2013), foto-foto yang diunggah kemudian mendapatkan “likes” dari orang lain, dan mendapatkan komentar terhadap foto adalah aspek yang mendorong efek harga diri pada individu. Selain itu dapat disimpulkan bahwa instagram termasuk dalam aspek tersebut. Instagram dapat digunakan untuk mengatur gambar-gambar dengan detail mengenai individu. Sebuah foto dapat dengan kuat mempengaruhi secara langsung perbandingan sosial yang ada dan hal tersebut dapat mendorong perasaan individu menjadi rendah diri atau iri.

Berdasarkan fenomena yang terjadi ketika remaja mendapatkan banyak *like*, banyak komentar pada foto yang diupload di instagram, maupun banyak *follower* yang dimiliki individu merasa dirinya berharga. Keberhargaan diri

tersebut ditentukan oleh faktor persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain yang juga sangat mempengaruhi harga diri. Tidak hanya dapat meningkatkan harga diri saja namun juga dapat mengurangi harga diri remaja. Gonzales dan Hancock (dalam Thoumrungroje, 2014) mengatakan jaringan sosial telah ditemukan untuk meningkatkan harga diri pengguna (ketika orang yang terlibat dalam jejaring sosial, mereka bisa mengontrol informasi yang akan dibagikan, sehingga mereka cenderung menyajikan informasi positif tentang diri mereka sendiri di antara jaringan sosial yang mereka kenal).

Rosenberg (dalam Rahmania, 2012) menjelaskan bahwa harga diri berupa komponen afektif seperti mengenai perasaan, kognitif yakni pikiran dan evaluatif yang tidak hanya berupa persoalan pribadi ataupun psikologis, dan perilaku yang berdasarkan pada persepsi individu mengenai nilai seseorang. Harga diri adalah perilaku positif maupun negatif terhadap diri individu. Selain itu para peneliti mengungkapkan bahwa pengguna media sosial yang melakukan berbagai aktivitasnya di dunia maya akan menunjukkan gambaran akurat mengenai dirinya sendiri contohnya adalah, orang yang merasa rendah diri cenderung akan mengkhawatirkan dan memikirkan apa yang akan orang lain *posting* tentang diri mereka di jejaring sosial. Sedangkan individu yang memiliki harga diri lebih tinggi, individu cenderung akan menghabiskan waktu untuk membangun citra personal yang positif di media sosial (Fazriyati, 2013).

Penelitian Simatupang (2011) menunjukkan bahwa terdapat hubungan keterkaitan antara intensitas penggunaan situs jejaring sosial facebook dengan harga diri meskipun hubungan keterkaitan tersebut dalam kategori “lemah” atau

memiliki harga diri yang rendah. Karena apabila intensitas individu dalam penggunaan media sosial instagram rendah atau jarang mengakses maka individu juga lemah, akan tetapi apabila intensitas penggunaannya tinggi maka juga akan berpengaruh pada individu tersebut. Selain itu penelitian Andarwati (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri pada siswa SMA kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta memiliki hubungan yang positif dan signifikan, hal tersebut menunjukkan remaja memiliki minat yang tinggi dalam penggunaan media sosial yang mempengaruhi citra diri remaja.

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa belum terdapat kaitan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri, sehingga menarik untuk dikaji. Karena media sosial instagram itu sendiri fungsinya selain untuk pengunggah foto, instagram juga dapat digunakan untuk mengunggah video berdurasi pendek. Foto-foto dan video dapat dikolaborasikan untuk *diposting* dalam media sosial yang lain seperti facebook, twitter, flicker dan foursquare sehingga, kegunaan dari instagram tersebut sangat diminati oleh para remaja.

Para remaja akan melakukan hal-hal yang membuat diri remaja merasa diperhatikan, dianggap penting dan dapat membuat harga diri remaja meningkat. Maka dari itu berdasarkan fenomena yang terjadi remaja selalu menilai diri sendiri berdasarkan penilaian dari orang lain terhadap diri individu. Coopersmith (dalam Herdiyanto & Surjaningrum, 2014) menjelaskan bahwa harga diri adalah suatu gambaran perilaku diri individu dan biasanya berkaitan dengan dirinya sendiri,

dan gambaran tersebut menunjukkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan bagaimana individu percaya bahwa dirinya memiliki kemampuan, merasa dirinya penting, berhasil dan juga berharga.

Fenomena yang terjadi dapat disimpulkan bahwa instagram dapat mempengaruhi perasaan dan penghargaan diri sendiri hanya karena hal-hal sederhana, seperti jumlah *likes* dan *comment*. Berdasarkan penjelasan tersebut maka didapatkan pertanyaan apakah ada Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti tertarik mengadakan penelitian mengenai “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri”.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.
2. Untuk mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram siswa SMK.
3. Untuk mengetahui tingkat harga diri siswa SMK.
4. Untuk mengetahui peranan atau sumbangan efektif intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap harga diri.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi ilmuwan psikologi sehingga memperluas wawasan dan membangun pemikiran ilmiah khususnya dalam mengembangkan bidang psikologi sosial mengenai intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi siswa-siswi atau pengguna media sosial, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan memberikan informasi mengenai intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri agar dapat memanfaatkan media sosial instagram dengan baik dan menumbuhkan perilaku yang lebih positif.
- b) Bagi Guru Bimbingan Konseling, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi mengenai intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.
- c) Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya khususnya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri sehingga mampu menyempurnakan penelitian selanjutnya.