

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi menjadikan semua menjadi lebih mudah, salah satunya teknologi komunikasi yang dikenal di kalangan masyarakat yaitu media sosial. Teknologi komunikasi yang sering digunakan oleh masyarakat sebagai wadah untuk berbagi, berinteraksi, dan menciptakan sesuatu (Cahyono, 2016). Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) kepada WNI yang berusia minimal 13 tahun pada 2025, menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 80,6%. Peningkatan ini terus terjadi dari tahun sebelumnya sebanyak 79,5% atau setara dengan 221 juta penduduk yang menunjukkan internet telah menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia. Dapat dikatakan media sosial telah menjadi kebutuhan masyarakat untuk melakukan banyak aktivitas, bahkan dalam keseharian manusia cenderung berinteraksi melalui media sosial (Putra, 2018). Hal ini dikarenakan banyak hal yang diberikan oleh media sosial dan kemudahan masyarakat untuk mengakses media sosial. Sehingga tidak dipungkiri media sosial semakin meningkat seiring berjalannya waktu.

Vidal et al., (2020) menjelaskan bahwa media sosial dapat menimbulkan dampak negatif, yaitu terjadinya perbandingan sosial dan *cyberbullying*, hal tersebut disebabkan karena di media sosial individu akan mengunggah foto maupun video dan akan mendapatkan *feedback* yang membuat dia membandingkan dengan individu lain. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Kesuma & Kalifia (2024, dalam Wijaya, 2024) menyatakan penggunaan media sosial yang berlebihan menimbulkan kecanduan, stres, depresi, rendahnya *self-esteem*, gangguan tidur. Gangguan depresi muncul karena permasalahan pada hubungan sosial yang ada di media sosial dan muncul sikap membandingkan diri (iri) sendiri terhadap individu lain dan kemudian memunculkan pandangan buruk atau perasaan menjelekkan diri (Rosmalina & Khaerunnisa, 2021).

Penggunaan internet yang meningkat menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di masyarakat juga meningkat, salah satunya media sosial *Instagram*.

Tercatat dalam survei APJII pada 2025, media sosial *Instagram* menjadi salah satu media sosial paling sering digunakan di Indonesia sebanyak 15,94%. Ditemukan juga bahwa *Instagram* menjadi salah satu penyebab individu memiliki *self-esteem* yang rendah, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Tambunan et al., (2022) yang menyatakan bahwa tingkat *self-esteem* mayoritas pengguna media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* yang berada di Kota Malang memiliki *self-esteem* yang negatif. Didukung dengan teori menurut Woods & Scoot (2016), individu yang sering menggunakan media sosial secara berlebihan didapati akan memiliki *self-esteem* yang negatif.

Dalam penggunaan *Instagram* terdapat beberapa fitur yang dapat dilakukan seperti *post*, *story*, dan *reel* untuk membagikan momen atau aktivitas yang dilakukan, yang seringkali di *unggah* secara *real-time*. Menurut survei yang dilakukan oleh datareportal pada tahun 2025, tercatat bahwa konten yang di *upload* di *Instagram* seringkali berupa konten visual (*fashion*, *travel*, *kuliner*, dan lainnya), serta konten kekinian yang viral (*meme*, *budaya pop*). Selain itu, data menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* sering diakses pada generasi *gen Z* atau usia 13 hingga 28 tahun sebanyak 25,33%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna *Instagram* adalah *gen Z* yang berada pada tahap *emerging adulthood*.

Menurut Arnett (2024), *emerging adulthood* memiliki rentang usia mulai dari 18 hingga 25 tahun, masa ini merupakan awal individu mulai menghadapi kehidupan dewasa seperti berelasi dengan lawan jenis, pekerjaan dan hal lainnya. Salah satu ciri khas dari masa *emerging adulthood* adalah keinginan untuk mengeksplorasi berbagai pengalaman baru yang dapat membawa perubahan signifikan dalam hidup mereka, baik dalam aspek hubungan romantic, karier, maupun pandangan terhadap dunia (Arnett, 2024). Menurut Santrock (2019), individu pada masa *emerging adulthood* umumnya terlibat dalam proses eksplorasi dan pencarian jati diri melalui berbagai bentuk percobaan dan pengalaman baru. Perubahan yang terjadi selama masa *emerging adulthood* kerap menimbulkan perasaan tidak nyaman, yang pada akhirnya dapat memicu ketidakstabilan dalam kehidupan mereka (Arnett, 2024; Nelson, 2005). Ketidakstabilan ini, pada sebagian

individu, bisa berkembang menjadi perasaan cemas (Nelson, 2005). Karena transisi masa remaja ke dewasa merupakan masa yang krusial karena individu mulai mengeksplorasi diri, mandiri, membangun relasi, dan perubahan lainnya (Petrescu et al., 2014). Menurut Settersten & Ray (2010) individu cenderung berfokus pada hubungan interpersonal dan dukungan sosial melalui teman sebaya dengan membentuk identitas sosial dalam masyarakat. Banyaknya perubahan yang dialami *emerging adulthood* saat mengeksplorasi diri, dapat menimbulkan krisis perkembangan pada individu hingga depresi tinggi. Krisis perkembangan yang terjadi dikenal dengan *quarter-life crisis*, ketika individu telah beralih bekerja sehingga menghadapi tantangan seperti penghasilan yang belum cukup, hidup mandiri dan membuat keputusan terkait hubungan romantis, pendidikan dan lainnya (Robinson et al., 2020, dalam Wijaya et al., 2021).

Menurut penelitian Puspitasari & Ambarini (2017) mendapatkan hasil bahwa individu cenderung memperhatikan penampilan mereka dan sering kali melakukan komparasi antara dirinya dan orang lain yang terlihat lebih menarik. Penampilan sendiri menjadi hal penting dalam identitas karena daya tarik fisik dapat menentukan kemajuan diri seseorang (Alfina & Soetjningsih, 2023). Dalam Statista (2024) melakukan survei yang menunjukkan sebanyak 40% perempuan mengunjungi salon setiap bulannya dan laki-laki sebanyak 19%. Menurut penelitian Lir & Ayalon (2024), perempuan pergi ke salon untuk meningkatkan *self-esteem*, memperbaiki penampilan diri, dan ingin terlihat cantik. Santrock (2011) mengatakan bahwa pada masa *emerging adulthood* banyak individu yang melakukan penyesuaian transisi mulai remaja yang memasuki fase dewasa awal (*emerging adulthood*) dan cenderung bereksplorasi. Arfianto et al., (2024) menjelaskan bahwa *self-esteem* dapat ditingkatkan dengan menunjukkan eksistensi diri di media sosial dan berharap mendapat respon positif.

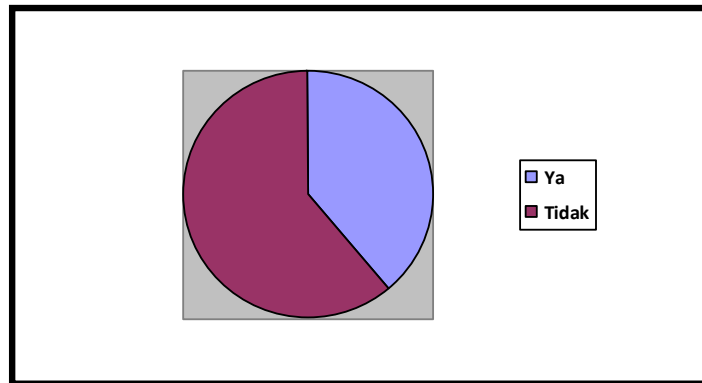
Menurut Rosenberg (1979, dalam Mruk, 2006) pengertian *self-esteem* yaitu pandangan individu terhadap pribadi secara menyeluruh baik positif atau negatif. *Self-esteem* berdasarkan Baron & Byrne (2003) merupakan bentuk evaluasi diri individu yang diperagakan melalui perilaku dan pandangan pada diri sendiri dengan lingkup tinggi dan rendah. Berdasarkan penelitian Alshaiki et al., (2023) perempuan

memiliki *self-esteem* lebih rendah dibandingkan laki-laki dalam menggunakan media sosial, yaitu 62,56% (n=1309) perempuan dan laki-laki 37,44% (n=1242). Ren et al., (2022) menjelaskan bahwa seharusnya dengan penggunaan media sosial, *self-esteem* dapat meningkat. Hal tersebut karena media sosial dapat membantu meningkatkan *awareness* terhadap hak-hak perempuan, menantang diskriminasi gender, dan memberikan kebebasan individu untuk mengekspresikan dirinya.

Pada tahap *emerging adulthood*, *self-esteem* merupakan hal penting yang perlu ditingkatkan karena penilaian berperan penting dalam perkembangan individu (Pratiwi & Sawitri, 2020). Dalam teori kebutuhan Maslow (2018, dalam Santrock, 2019), dikatakan bahwa *self-esteem* termasuk dalam kebutuhan psikologis dasar yang penting untuk terpenuhi sebelum individu mencapai aktualisasi diri. Pada masa *emerging adulthood*, fase ini penting karena individu dalam proses mencari jati diri, relasi dengan orang lain, pekerjaan, dan kehidupan dewasa lainnya. Dengan *self-esteem* yang tinggi mampu memberikan kemampuan dan ketahanan, sebaliknya *self-esteem* yang rendah akan menghambat pertumbuhan dan individu akan kesulitan dalam menghadapi masalah. Seperti menurut Yang et al., (2020) yang menegaskan bahwa *self-esteem* dapat menjadi faktor protektif, sehingga individu dengan *self-esteem* yang tinggi akan memiliki persepsi diri yang positif, tahan menghadapi kecemasan dan depresi serta berperan untuk membantu individu dalam menghadapi tuntutan hidup seperti pekerjaan, dan hubungan romantis.

Secara lebih lanjut, dengan *self-esteem* individu lebih memiliki kontrol terhadap lingkungan sosial, seperti kebebasan berinteraksi, dan membangun relasi (Fabiola, 2019). Individu yang memiliki perspektif positif mengenai dirinya dan menyukai dirinya akan lebih memiliki *self-esteem* yang tinggi (Baron & Byrne, 2003). Sebaliknya jika individu menerima umpan balik negatif maka cenderung memperlihatkan *self-esteem* yang rendah (Srisayekti et al., 2015). Sedangkan individu dengan *self-esteem* yang rendah akan rentan mengalami tantangan dalam bergaul dan mempertahankan hubungan (Ardaningrum & Savira, 2022). Rendahnya *self-esteem* dapat menjadi faktor kerentanan pada masalah psikologis seperti stres, kecemasan dan depresi ketika individu menghadapi tantangan hidup, perubahan dan lainnya (Orth & Robins, 2014).

Penelitian ini melakukan *preliminary research* untuk melihat kondisi *self-esteem* yang dimiliki oleh individu pada tahap perkembangan *emerging adulthood* pengguna media sosial *Instagram*, yang sudah disebarkan pada 21 Maret 2025 hingga 26 April 2025. Adapun perolehan data dari partisipan sebagai berikut:



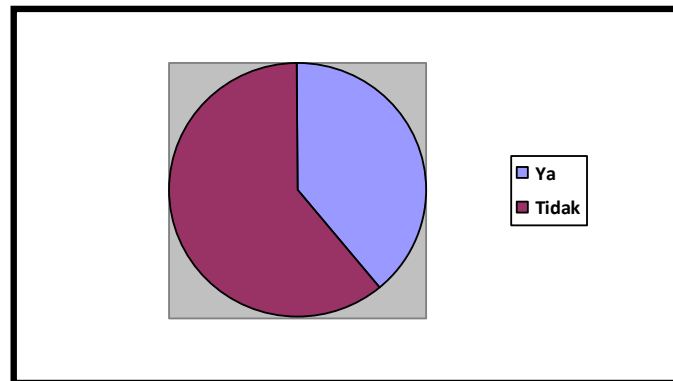
Gambar 1.1 Pie Chart Preliminary Self-Esteem

Pernyataan pertama adalah “Saya puas dengan diri saya” sebanyak 38,9% responden merasa puas dengan diri mereka. Namun sebanyak 61,1% responden merasa tidak puas dengan diri mereka. Menurut hasil penelitian Sihotang & Natalia (2025) perasaan tidak puas terkait dengan bentuk fisik dan bagaimana individu melihat standar kecantikan dapat dipengaruhi oleh media sosial. Menurut Muris & Otgaar (2023) individu dengan *self-esteem* yang rendah akan mengalami psikopatologis secara emosional, dengan cara membandingkan dirinya terhadap hubungan yang dimiliki oleh orang lain, performa orang lain dalam akademik maupun pekerjaan dan menghindari interaksi sosial dengan lingkungannya.

Hal ini juga didukung oleh hasil *preliminary* kualitatif yang peneliti lakukan, yaitu:

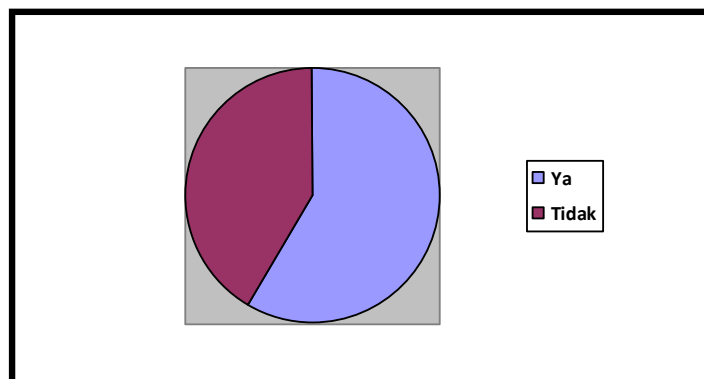
“saya ingin merubah fisik... karena fisik saya terlalu tinggi sehingga kurang percaya diri Ketika berkumpul dengan teman-teman...jadi saya sering ngerasa tidak puas dan tidak berharga ” (V, 20 Tahun)

“merasa kurang baik dibandingkan yang lain (cth: ipk, fisik, dll)... karena saya merasa diri saya jelek, sifat saya buruk dan tidak terkontrol, dan bodoh” (Y, 20 Tahun)



Gambar 1.2 Pie Chart Preliminary Self-Esteem

Pernyataan kedua adalah “Saya mempunyai banyak kelebihan” sebanyak 38,9% responden mempunyai banyak kelebihan. Namun sebanyak 61,1% responden merasa tidak mempunyai banyak kelebihan. Menurut penelitian Nathania & Sudagijono (2024) individu yang merasa tidak mempunyai kelebihan atau *insecure* (tidak dapat menerima kekurangan diri, merasa diri tidak punya kelebihan, dan merasa bahwa dirinya tidak menarik) dapat menyebabkan rendahnya *self-esteem* pada individu.

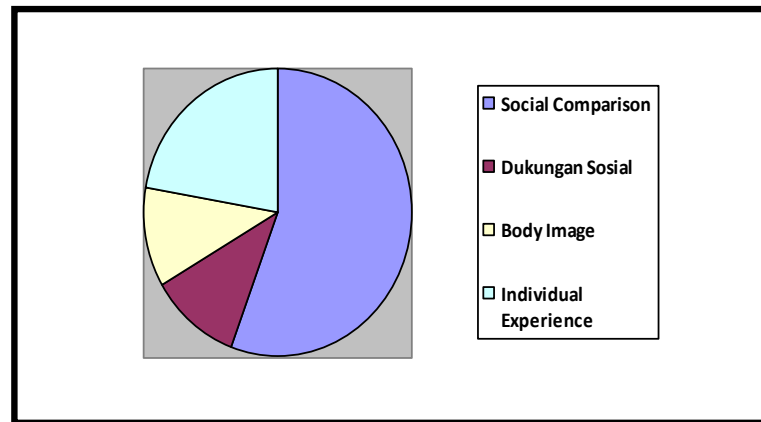


Gambar 1.3 Pie Chart Preliminary Self-Esteem

Pernyataan ketiga adalah “Saya memandang diri saya secara positif” sebanyak 58,3% responden memandang dirinya secara positif. Namun sebanyak 41,7% responden memandang dirinya secara negatif. Menurut penelitian Faradiana & Mubarak (2022) seorang individu yang selalu berpikir negatif cenderung mengalami depresi atau kecemasan, seperti merasa *insecure*, takut mengalami penolakan dari lawan jenis, dan lainnya.

Berdasarkan hasil *preliminary* dan wawancara menunjukkan bahwa terdapat indikasi *emerging adulthood* memiliki indikasi harga diri yang rendah. Didukung penelitian Baun & Rahayu (2023) yang menyatakan bahwa salah satu rendahnya *self-esteem* seseorang yaitu *online social comparison* yang dilakukan melalui media sosial. Luasnya informasi di media sosial menyebabkan munculnya berbagai perspektif dan pandangan yang mengacu pada terjadinya *online social comparison*. *Instagram* merupakan platform atau wadah yang digunakan untuk berbagi foto dan video, dapat menjadi pemicu penggunaanya melakukan perbandingan sosial terhadap dirinya. Selaras dengan Ikachoi, Mberia dan Ndati (2015) yang menyatakan individu menggunakan *Instagram* untuk mengekspos dirinya dan mengamati orang lain. Banyak individu yang tertarik untuk mengamati orang lain melalui media sosial sebagai aktivitas *networking* untuk melihat profil seseorang tanpa harus memulai interaksi sosial (Yang, 2016). Dengan kata lain, menampilkan diri di *Instagram* dan dilihat oleh orang lain dapat mempengaruhi perasaan dan kondisi psikologis seperti *self-esteem* bagi yang mengunggah dan melihat.

Peneliti melakukan *preliminary research* untuk mencari tahu faktor apa yang paling mempengaruhi *self-esteem*. Hasil *preliminary research* menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh menurut responden adalah *online social comparison* sebanyak 55,6%, kemudian *individual experience* sebanyak 22,2%, dan *body image* serta dukungan sosial sebanyak masing-masing 11,1%.



Gambar 1.4 Pie Chart Preliminary Self-Esteem

Peneliti melakukan wawancara lanjutan untuk pendalaman data kepada beberapa responden berikut adalah hasil dari wawancara tersebut:

“karena melihat orang lain yang memiliki fisik lebih bagus membuat saya tidak percaya diri dan tidak berharga..” (V, 20 Tahun)

“Karena ketidakpuasaan tubuh saya terjadi karena perbandingan sosial yang saya lihat baik scr lgsg ataupun lewat media sosial..” (S, 21 Tahun)

Berdasarkan wawancara lanjutan dapat dilihat bahwa alasan responden memilih *online social comparison*, dikarenakan lingkungan sekitarnya baik secara *online* maupun *offline* membuat mereka menjadi tidak puas dengan dirinya. Informasi yang didapat oleh individu dapat mendorong individu untuk membandingkan diri di media sosial *Instagram* dan perilaku membandingkan diri tersebut dapat menyebabkan pandangan negatif terhadap dirinya (Vogel & Rose, 2014). Perilaku membandingkan diri secara *online* atau *offline* dapat memberikan dampak negatif yang berbeda terhadap individu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Taylor & Armes (2024), yang menyatakan bahwa melihat gambar *Instagram* akan memicu penurunan *self-esteem* secara cepat dibandingkan perbandingan di dunia nyata.

Online social comparison sendiri merupakan fenomena sosial ketika individu terdorong secara internal untuk menilai dan membandingkan dirinya dengan dunia sosialnya (Buunk & Gibbons, 2007). Secara alami, individu seringkali akan melakukan perbandingan antara dirinya terhadap orang lain, dan memandang orang lain sebagai kompetitor terkait kemampuan yang dimiliki (Festinger, 1954 dalam Gibbons & Buunks, 1999). Maraknya pengguna media sosial yang *show off* terkait hal yang dicapai juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan individu membandingkan dirinya terhadap orang lain (Mandas & Silfiah, 2022). Hal tersebut didukung oleh Haferkamp & Kramer (2011) yang menjelaskan bahwa penyebab individu melakukan komparasi sosial di media sosial karena informasi yang tersedia dengan bentuk unggahan di *Instagram*. Sehingga individu menjadikan orang lain sebagai *role model* dan menentukan bagaimana *ability* (kemampuan) dan *opinion* (pendapat) dirinya dengan orang lain.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *online social comparison* merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi *self-esteem emerging adulthood* pengguna *Instagram*. Hal ini didukung dengan penelitian Sari et al., (2024) yang menjelaskan bahwa terdapat korelasi negatif antara *self-esteem* dan *online social comparison*, hal tersebut disebabkan karena ketika individu membandingkan dirinya dengan pencapaian orang lain di media sosial dapat menyebabkan individu merasa bahwa dirinya gagal dan belum bisa menjadi seperti orang-orang lain. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Baun & Rahayu (2023) ada hubungan negatif antara individu pada masa dewasa awal yang mengakses media sosial di kota Kupang dan *self-esteem*. Didukung dengan penelitian Hasanati dan Aviani (2020) yang menyatakan ada hubungan negatif yang signifikan pada pengguna *Instagram*, yang berarti semakin sering pengguna melakukan *online social comparison*, maka *self-esteem* mereka cenderung semakin rendah. Sebaliknya, perilaku *online social comparison* yang lebih rendah maka *self-esteem* individu akan semakin tinggi.

Self-esteem individu yang tinggi dapat menyebabkan individu menjadi pribadi yang lebih optimis, cenderung mengabaikan opini negatif dari orang lain, memiliki perasaan bangga serta puas terhadap diri sendiri, dapat menerima hal

negatif sebagai hal yang membangun diri menjadi lebih baik, mau untuk mengambil resiko, cenderung memiliki emosi yang lebih positif, berpikir dan bertindak lebih fleksibel, dan lebih mampu untuk mengekspresikan diri saat berhadapan dengan orang lain (Guindon, 2010). Sedangkan *self-esteem* individu yang rendah menyebabkan individu menjadi pribadi yang lebih pesimis, berfokus pada opini negatif orang lain, memiliki perasaan tidak puas terhadap dirinya, memiliki keinginan untuk menjadi orang lain, memiliki kecenderungan untuk membesarkan peristiwa negatif yang dialami, mengalami kecemasan sosial, didominasi oleh emosi yang negatif, menghindari kondisi yang mengharuskan pengambilan keputusan, kaku dan tidak fleksibel, dan tidak mampu untuk mengekspresikan diri ketika berhadapan dengan orang lain (Febrina et al., 2018).

Penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti karena dengan fenomena yang terus berkembang berdampak pada algoritma rekomendasi *Instagram* yang cenderung berubah-ubah. Algoritma tersebut dapat memicu bagaimana *feed* yang ditampilkan menjadi tolak ukur dalam melakukan perbandingan sosial (Qiu, 2024). Tidak hanya itu, masih terdapat kesenjangan dimana seharusnya dengan penggunaan media sosial, *self-esteem* dapat meningkat (Ren et al., 2022). Hal tersebut karena media sosial dapat membantu meningkatkan *awareness* perjuangan hak-hak individu, menantang diskriminasi gender, dan memberikan kebebasan individu untuk mengekspresikan dirinya. Namun senyatanya berdasarkan *preliminary* yang peneliti lakukan menunjukkan masih banyak *emerging adulthood* pengguna media sosial memiliki *self-esteem* rendah. Sehingga berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara *online social comparison* dan *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna *Instagram*.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini akan mengkaji batasan masalah berupa:

1. Variabel yang akan diteliti adalah *online social comparison* dan *self-esteem*.
2. Subjek penelitian ini adalah *emerging adulthood* berusia 18 hingga 25 tahun yang menggunakan *Instagram* di Indonesia.

3. Penelitian ini bersifat korelasional yang bertujuan untuk melihat hubungan antara *online social comparison* dan *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna *Instagram*.

1.3 Rumusan Masalah

“Apakah ada hubungan antara *online social comparison* dengan *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna *Instagram*?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk melihat apakah ada hubungan antara *online social comparison* dengan *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna *Instagram*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang psikologi klinis mengenai teori *online social comparison* dan *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna *Instagram*.

1.5.2 Manfaat praktis

a. Bagi Responden

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana refleksi bagi responden terkait *self-esteem* yang dimiliki saat ini sehingga dapat menentukan apakah responden perlu untuk meningkatkan *self-esteem* nya atau mempertahankan *self-esteem* tersebut.

b. Bagi Pengguna *Instagram Emerging Adulthood*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dampak *online social comparison* terhadap *self-esteem* pada individu *emerging adulthood* serta meningkatkan literasi digital terkait penggunaan media sosial dengan bijak.

c. Bagi Keluarga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi keluarga mengenai potensi pengaruh penggunaan media sosial terutama terkait *online social comparison* serta kondisi *self-esteem* anggota keluarga.