

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Hasil Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 menyatakan bahwa 87,13% Pengguna Internet di Indonesia mengakses media sosial (Insani *et al.*, 2019). Media sosial sendiri memiliki bermacam-macam aplikasi salah satunya yaitu Instagram. Aplikasi Instagram merupakan *platform* berbagi foto dan video serta menerapkan adanya filter digital, kemudian pengguna dapat membagikannya ke jejaring sosial guna bisa berbagi suatu informasi antar penggunanya. Instagram juga sebagai wadah bagi penggunanya untuk dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai banyak fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk membuat foto atau video menjadi lebih indah artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko dalam Mahmudah & Rahayu, 2020). Saat ini jumlah pengguna Instagram menembus angka 600 juta, dimana salah satu fitur yang digandrungi oleh pengguna Instagram yaitu fitur *instagram story* atau lebih dikenal dengan sebutan *instastory* (Taqwa, 2018).

Fitur *instastory* sendiri merupakan fitur yang sering digunakan oleh pengguna Instagram untuk mengunggah sebuah foto atau video dengan durasi waktu terbatas yang otomatis hilang tanpa dihapus oleh Penggunanya ketika sudah melewati batas waktu 24 jam. Namun hasil unggahan tersebut juga dapat

disimpan secara manual oleh pengguna pribadi sebelum foto dan video menghilang. Kemudian tata letak unggahan *Instastory* dapat dilihat di atas *feed* Instagram yang memang secara khusus dibuat untuk melihat unggahan-unggahan *instastory* milik penggunanya maupun pengguna lain. Sehingga dengan banyak keunggulan tersebut, pada saat ini fitur *instastory* lebih digemari oleh pengguna Instagram karena fitur *Instastory* bersifat natural, aktual dan mudah diakses (Insani *et al.*, 2019).

Penggunaan *Instastory* saat ini cukup tinggi karena *instastory* memiliki banyak keunggulan seperti sifatnya yang mudah diakses. Sebanyak 200 juta orang menggunakan *instastory*, termasuk pada kalangan mahasiswa yang memasuki masa dewasa awal (Taqwa, 2018). Menurut Hurlock (2017), masa dewasa awal dimulai pada usia 18-40 tahun. Oleh karena itu mahasiswa dapat dikatakan masuk masa dewasa awal, dikarenakan pada umumnya mahasiswa berada pada rentang usia 18-25 tahun (Hulukati & Djibran, 2018). Umumnya mahasiswa gemar menggunakan *Instastory* karena ingin membagikan momen apa pun yang ada di sekitarnya, dimana mereka menghabiskan waktu 32 menit per hari untuk bermain *instastory* (Taqwa, 2018). Hal tersebut diungkapkan oleh subjek yang merupakan mahasiswa, dimana subjek mengaku bahwa dirinya sering mengunggah atau menonton konten melalui *Instastory* seperti membagikan kegiatan mereka, membagikan foto atau video *selfie* menggunakan filter yang menurutnya lucu, membagikan momen yang menurut mereka mengesankan, membagikan pencapaian sebagai *Self-Reward*, dan masih banyak hal lainnya. Hal tersebut

dilakukannya karena menurut Santrock (2012) pada masa dewasa awal ini merupakan masa transisi dari masa remaja menuju dewasa dimana perkembangan individu sebagai manusia juga sedang berada dipuncak, sehingga adanya keinginan individu untuk menjadikan dirinya sebagai yang terbaik. Sehingga bagi individu yang memasuki masa dewasa awal ini sejatinya Instagram dapat menjadi salah satu media untuk mengeksplorasi diri (Hasnati & Aviani, 2020).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa ketika subjek memiliki waktu luang, mereka mengisinya dengan bermain *instastory* untuk melihat konten yang diunggah oleh teman-temannya. Terkadang dari bermacam-macam konten yang dibagikan oleh teman-temannya tersebut menjadikan motivasi bagi subjek untuk berbenah diri. Namun, tak sedikit juga yang mengaku bahwa dampak dari kegiatan tersebut menimbulkan adanya perasaan negatif dalam dirinya yang ditimbulkan setelah subjek melihat *instastory* teman-temannya yang dianggapnya telah sukses karena telah memiliki pekerjaan. Menurut Hurlock (2009) tugas perkembangan pada dewasa awal diantaranya yaitu bergabung pada kelompok sosial, menerima tanggung jawab sebagai warga negara, dan memperoleh pekerjaan. Berdasarkan fenomena tersebut bahwa saat individu melihat bahwa terdapat adanya sesuatu perbedaan yang signifikan antara dirinya dengan orang lain maka individu merasa bahwa orang tersebut lebih unggul atau sukses. Pada hakikatnya perbedaan tersebut dapat menjadi sebuah dorongan bagi individu untuk dapat meningkatkan dirinya, namun tak sedikit juga individu yang mengaku bahwa melihat perbedaan tersebut menimbulkan perasaan

negatif dalam dirinya. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan fitur *instastory* dalam aplikasi Instagram dapat menjadi sebuah pemicu seseorang untuk melakukan *social comparison* dengan orang lain (Pitts & Scott, 2018).

Festinger (dalam Hasanati & Aviani, 2020), mendefinisikan bahwa *social comparison* merupakan proses subyektif seseorang membandingkan kemampuan dengan orang lain yang berada dalam lingkungannya untuk membangun suatu acuan untuk membuat evaluasi yang kurang akurat mengenai dirinya sendiri. Sedangkan menurut Diener dan Fujita (dalam Hartung *et al.*, 2021) *social comparison* berfungsi untuk menunjukkan sebuah perbedaan dari individu, apakah seseorang membuat perbandingan sosial yang secara positif atau negatif. Sedangkan menurut Buunk & Gibbons (2006) *social comparison* adalah suatu cara yang dilakukan oleh individu dengan menggunakan individu lain untuk dibandingkan sebagai media untuk memperoleh pemahaman atas diri sendiri dan dunia sosial untuk evaluasi diri. Maka, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* merupakan sebuah cara yang digunakan individu dalam melakukan penilaian terhadap diri sendiri dengan cara membandingkan kemampuannya dengan apa yang dimiliki oleh orang lain atau lingkungan sosialnya. Sehingga dari perilaku tersebut menghasilkan suatu penilaian yang mengarah pada kemampuan dirinya yang lebih baik atautkah lebih buruk jika dibandingkan dengan orang lain. Menurut Gibbons & Buunk (1999) lingkungan merupakan salah satu faktor yang membuat individu melakukan *social comparison*, karena secara tidak langsung memberikan peluang untuk bersosialisasi yang

menyebabkan seseorang dapat melakukan perbandingan sosial dengan keinginan untuk dapat meningkatkan dirinya, mengevaluasi diri, atau melakukan perbaikan diri untuk menjadi lebih baik (Jones, 2001).

Dalam hal ini Festinger (dalam Gibbons & Buunk, 2006) menetapkan bahwa terdapat dua aspek pada *Social Comparison*, diantaranya yaitu *ability* dan *opinion*. Aspek *ability* merupakan sebuah dorongan yang ada dalam diri individu untuk dapat meningkatkan dirinya dalam hal kompetensi yang dimiliki dengan membandingkan dirinya dengan orang lain. Sedangkan *opinion* merupakan sebuah dorongan yang ada pada diri individu untuk membandingkan pendapatnya sendiri pada orang lain. Apabila pendapat individu berbeda dengan pendapat orang lain, hal ini memiliki kecenderungan orang tersebut mengubah pendapatnya agar mendekati pendapat orang lain.

Berdasarkan data yang didapat oleh peneliti melalui kegiatan wawancara, diketahui subjek sering melakukan *social comparison* dengan temannya di Instagram melalui fitur *instastory*. Beberapa subjek mengatakan bahwa kuliah ini merupakan pilihan keduanya, karena keinginan subjek pada saat itu adalah diterima di sekolah kedinasan, BUMN, atau menjadi ASN melalui rekrutmen yang setiap tahunnya diselenggarakan. Subjek mengatakan bahwa banyak juga teman-teman seusianya yang mencoba mengikuti seleksi serupa, sehingga hal tersebut dapat memicu semangat subjek untuk mengikuti beberapa tahapan seleksi. Namun, keinginan subjek tidak tersampaikan karena subjek dinyatakan gagal saat proses seleksi tersebut, dan subjek mengatakan banyak teman-

temannya yang dinyatakan lolos terpilih. Pada saat itu perasaan subjek pada saat itu tentu kecewa karena merasa dirinya gagal mencapai cita-citanya tersebut. Kemudian dengan berat hati subjek memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi dan berharap kedepannya dirinya dapat memiliki pekerjaan yang menjanjikan. Meskipun saat ini subjek telah menjadi mahasiswa, namun dirinya merasa kurang begitu senang. Hal ini disebabkan karena saat subjek bermain Instagram dan membuka *instastory* sering kali subjek merasa iri (*envy*) dengan teman-temannya. Subjek mengakui bahwa dirinya sering membandingkan dirinya dengan teman-temannya atas pencapaian yang didapatkan oleh temannya tersebut. Subjek memandang dirinya memiliki kompetensi (*ability*) yang rendah dibandingkan dengan teman-temannya. Adapun juga subjek yang mengatakan bahwa ketika telah memiliki sebuah pekerjaan seperti teman-temannya tersebut tentu dapat membuat orang tua bangga. Adapun subjek yang berpendapat bahwa dirinya menjadi rendah diri sehingga jarang sekali untuk membagikan foto atau video di *instastory* karena merasa malu dengan teman-temannya yang saat ini telah sukses. Adapun beberapa subjek yang mengungkapkan bahwa saat ini dirinya berusaha untuk menerima kenyataan bahwa cita-citanya belum tercapai dengan meminta pendapat (*opinion*) teman-temannya melalui *instastory* dengan membuat konten Q&A yang menyinggung tentang karier. Dari konten tersebut subjek mendapat banyak jawaban yang beragam, kemudian subjek bandingkan dengan pendapat pribadinya sehingga hasil yang di dapatkan dapat menjadi motivasi subjek untuk berbenah diri.

Adapun subjek yang mengatakan bahwa di instastory banyak sekali teman-temannya yang membagikan video maupun foto dengan *outfits* yang lucu dan menarik. Menurut subjek teman-temannya tersebut sangatlah kreatif karena dapat mengombinasikan *outfits* yang bermacam warna namun tetapi tidak terkesan berlebihan (*norak*). Subjek mengakui bahwa terkadang dirinya sering membandingkan *outfits* yang dipakainya dengan teman-temannya. Terkadang subjek merasa bahwa dirinya tidak memiliki kemampuan (*ability*) untuk mengombinasikan baju agar terlihat lucu dan menarik. Subjek mengungkapkan bahwa subjek pernah mencoba untuk mengombinasikan *outfits* yang dipakainya untuk *hangout* dengan teman-temannya ke suatu tempat. Meskipun *outfits* yang dipakainya merupakan kombinasi berbagai macam warna, namun menurut subjek (*opinion*) sudah cocok dan modis. Kemudian subjek mengunggah foto yang ia bagikan melalui instastory, namun tak lama banyak sahabat-sahabat subjek yang membalas unggahan tersebut dengan makna mengejek. Meskipun subjek memahami bahwa hanya bercanda namun subjek seketika merasa tidak percaya diri lagi dan hingga sekarang subjek tidak ada keinginan lagi untuk mengombinasikan *outfits* dengan warna yang beragam. Berdasarkan pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat dari Festinger, yang mengungkapkan bahwa ketika pendapat individu berbeda dengan pendapat orang lain, maka memiliki kecenderungan individu mengubah pendapatnya agar mendekati pendapat orang lain (Gibbons & Buunk, 2006).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasanati & Aviani (2020) menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang telah masuk dewasa awal ini memiliki kemampuan yang baik dalam memandang kehidupannya, dibuktikan dengan rendahnya perilaku *social comparison* yang dilakukan oleh subjek dalam hal membandingkan kemampuannya dengan orang lain melalui media Instagram. Adapun hasil dari penelitian Rahmadiyahanti & Munthe (2020) yang menemukan bahwa dewasa awal sebagai subjek dalam penelitian tersebut memiliki *social comparison* yang sangat rendah, sehingga sebagian besar subjek dalam penelitian tersebut sangat rendah dalam membandingkan dirinya dengan orang lain. Namun, berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti dan diperkuat dengan data wawancara menunjukkan bahwa Mahasiswa yang telah masuk masa dewasa awal ternyata sering melakukan *social comparison* dengan orang lain di media sosial Instagram melalui fitur *instastory*. Hal tersebut menyebabkan mahasiswa seperti merasa tidak percaya diri, rendah diri, dan tidak mampu mencintai diri sendiri. Sejalan dengan hasil penelitian De Vries & Kuhne (2015) bahwa tingginya perilaku *social comparison* yang dilakukan oleh pengguna media sosial *Facebook* menyebabkan individu merasa tidak begitu memiliki kemampuan dan memandang orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik serta lebih sukses dari dirinya.

Berdasarkan pembahasan *social comparison* yang telah diuraikan, menjadi awal dari ketertarikan penulis untuk membahas lebih dalam terkait topik permasalahan tersebut di kalangan mahasiswa sebagai pengguna aplikasi



Instagram yang menggunakan fitur *instastory*. Mengingat jumlah pengguna aplikasi Instagram Khususnya pada fitur *instastory* ini cukup tinggi dikalangan mahasiswa sehingga penelitian ini sangat penting untuk dilakukan. Karena pada faktanya ditemukan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan individu melakukan *social comparison*, yaitu lingkungan pertemanan di Instagram mereka. Dimana konten yang diunggah oleh orang lain mengenai pencapaian mereka dapat berakibat buruk seperti adanya rasa rendah diri serta perasaan-perasaan negatif lainnya bagi individu yang melihatnya. Saat proses *social comparison* terjadi maka individu menyadari bahwa terdapat perbedaan antara dirinya dengan orang lain yang ada di dalam lingkungan sosialnya, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan adanya rasa kompetisi dengan individu lain yang berujung menjadi sebuah tekanan dan menimbulkan ketidaknyamanan dalam diri individu (Putri, 2018). Dalam hal ini peneliti meyakini bahwa demografi serta karakteristik sampel tentunya dapat mempengaruhi hasil daripada penelitian ini, sehingga, dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan kebaruan informasi dan manfaat kepada mahasiswa yang telah masuk masa dewasa awal selaku pengguna Instagram khususnya pada fitur *instastory* untuk menggunakannya dengan bijak dan tidak berlebihan untuk menghindari perilaku *social comparison*. Berdasarkan adanya perbedaan temuan pada penelitian sebelumnya dengan fenomena yang ada, maka peneliti menemukan hasil yang tidak konsisten sehingga dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Gambaran *Social Comparison* Pengguna Fitur *Instastory* pada Aplikasi Instagram Di Kalangan Mahasiswa”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran *social comparison* pengguna fitur *instastory* pada aplikasi Instagram di kalangan mahasiswa?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui mengenai gambaran perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna fitur *instastory* pada aplikasi Instagram.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan dalam bidang Ilmu Psikologi mengenai *social comparison* pengguna Fitur *instastory* pada aplikasi Instagram di kalangan mahasiswa.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Mahasiswa**

Bagi mahasiswa yang saat ini cenderung melakukan *social comparison* saat melihat *instastory* dengan teman sebaya dapat menggunakan hasil evaluasi sebagai acuan untuk dapat memperbaiki diri.

### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar program intervensi yang bersifat preventif untuk pengembangan diri mahasiswa berbasis perbandingan sosial.

### **E. Keaslian Penelitian**

Berikut ini merupakan hasil dari beberapa penelitian yang telah dilakukan di berbagai tempat dengan mengangkat tema yang sama, antara lain:

1. Penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Perbandingan Sosial dan Citra Tubuh Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram” yang dilakukan oleh Setiawati, N (2020), penelitian ini dilakukan guna mengetahui mengenai korelasi antara *social comparison* dengan Citra tubuh pada mahasiswa pengguna Instagram di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan populasi sebanyak 238 orang, serta alat ukur yang digunakan yaitu Skala *Upward and Downward Physical apperaranca comparisons* untuk mengukur perbandingan social dan Skala *The Multidemsional Body-Self Relations Questionnaire* (MBRQ) untuk mengukur citra tubuh. Sehingga hasil yang diperoleh yaitu dimana Sebagian besar subjek memiliki perbandingan dengan katagori sedang. Dimana perbandingan sosial yang dilakukan oleh mahasiswa lebih kepada teman-temannya sendiri. Perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian

yang akan dilakukan seperti alat ukur yang digunakan, lokasi penelitian, serta karakteristik sampel pun juga berbeda.

2. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Perbandingan Sosial dan Perfeksionisme terhadap *Body Dissatisfaction* mahasiswi pengguna *Instagram*” yang dilakukan oleh Arshuha, F (2019), dimana tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengukur perbandingan social dan perfeksionisme terhadap *body dissatisfaction* pada pengguna Instagram. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan Teknik *non probability sampling* dengan melibatkan 266 mahasiswi di Jabodetabek. Untuk alat ukur yang digunakan menggunakan skala dari O’Brien et al (2009) *The Upward and Downward Appearance Comparison Scale*. Sehingga hasil yang diperoleh yaitu dimana terdapat pengaruh yang signifikan pada variable perbandingan sosial dan perfeksionis terhadap *Body Dissatisfaction* mahasiswi pengguna Instagram. Adapun perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan seperti alat ukur yang digunakan, lokasi penelitian, serta karakteristik sampel pun juga berbeda.
3. Penelitian yang berjudul “*The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction*” yang dilakukan oleh Tiggemann et al., (2018), dimana tujuan dilakukannya penelitian ini untuk melihat pengaruh jumlah likes yang menyertai gambar Instagram terhadap perbandingan sosial perempuan dan ketidakpuasan tubuh. Dalam penelitian ini menggunakan Partisipan 220 mahasiswi yang menggunakan *Instagram* dan juga

menggunakan skala perbandingan sosial dari Tiggemann & McGill's (2004). Sehingga hasil yang di temukan dari penelitian ini bahwa jumlah like berpengaruh pada perbandingan penampilan atau ketidakpuasan tubuh dan ditemukan bahwa wanita menunjukkan lebih banyak perbandingan penampilan, perbandingan suka, dan ketidakpuasan wajah. Terdapat perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan seperti alat ukur yang digunakan, lokasi penelitian, serta karakteristik sampel juga berbeda.

4. Penelitian yang berjudul “Hubungan *Social Comparison* dengan *Self-Esteem* pada Pengguna Instagram” yang dilakukan oleh Hasanati & Aviani (2020), dimana tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *social comparison* dengan *self-esteem* pada dewasa awal yang menggunakan Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis Korelasional dengan Populasi dewasa awal pengguna Instagram di Bukit tinggi dengan Sampel rentan usia 18-35 tahun dengan jumlah 152 orang diukur menggunakan dua skala, yaitu *Social Comparison* dengan Skala Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) oleh Gibbons & Buunk (1999) yang dimodifikasi dan diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia. Sehingga hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa *Social comparison* yang dilakukan oleh dewasa awal pengguna Instagram berada pada kategori sedang dan cenderung rendah. Perbedaan pada penelitian

sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan seperti adanya perbedaan lokasi penelitian, serta karakteristik sampel yang berbeda.

