

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa dewasa awal menurut Hurlock (2010), ialah masa dari rentang usia 18 tahun hingga 40 tahun. Masa dewasa awal merupakan perubahan dari masa remaja menuju ke masa dewasa, dimana pada masa dewasa awal ini, individu sudah mulai memiliki rasa tanggung jawab atas dirinya sendiri. Rata-rata individu pada masa ini sudah mulai menunjukkan adanya perubahan, baik itu perubahan akan penampilan, minat, sikap, maupun perubahan perilakunya. Hal ini dapat terjadi karena adanya pengaruh yang dialaminya baik dari lingkungan maupun kebudayaan. Hal-hal tersebut akan menimbulkan masalah-masalah yang nantinya setiap individu harus berusaha menyesuaikan diri. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi individu ialah keluarga, teman sebaya, dan dukungan dari lingkungan sekitar. Pada masa ini, individu biasanya sudah memiliki pandangan atau penilaian mengenai dirinya sendiri. Penilaian terhadap dirinya dapat dipengaruhi oleh penilaian yang orang lain sampaikan ataupun informasi-informasi yang individu tangkap dari lingkungannya misalnya berupa saran, kritik dan pujian yang nantinya akan mempengaruhi persepsi mengenai bagaimana dirinya. Pada tahap perkembangan masa dewasa awal ini, terdapat beberapa contoh tugas perkembangan individu. Salah satunya adalah mencari teman hidup, bergabung dengan kelompok sosial, membangun rumah tangga, dan mencari pekerjaan. Individu diharapkan memainkan peran baru sesuai dengan tugas-

tugasnya, yang dimana individu diharapkan bisa menyesuaikan diri terhadap pola-pola kehidupan tahap masa dewasa awal. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan individu akan berusaha melakukan apa pun supaya dapat memenuhi tugas perkembangannya. Individu akan mencari cara agar terlihat menjadi pribadi yang baik, lebih menarik dan lebih menonjol dari kelompok sosialnya. Dengan melakukan hal itu, peluang untuk mendapatkan lebih banyak perhatian dari orang lain ataupun suatu kelompok akan lebih besar dan juga membuat lebih mudah diakui keberadaannya oleh lingkungan atau kelompok sosialnya. Penilaian terhadap diri sendiri inilah yang nantinya memiliki peranan penting dalam menyelesaikan tugas perkembangan. Jika individu dapat mengelola informasi-informasi yang ia dapat dari luar dengan baik dan membuat persepsi dirinya sendiri dengan positif, maka akan menimbulkan atau memunculkan rasa percaya diri yang tinggi terhadap dirinya. Hal ini lah yang nantinya berkaitan dengan *Self-esteem*, dimana rasa percaya diri yang tinggi dapat membantu individu untuk menyelesaikan tugas atau tantangan dengan baik pada masa dewasa awal ini.

Di era modern saat ini, media sosial menjadi salah satu wadah untuk menunjukkan diri kepada pengguna media sosial yang sama secara luas. Salah satu contoh dari media sosial yang sering digunakan adalah *Instagram*. Pengguna *Instagram* sendiri digunakan dari berbagai kalangan mulai dari remaja, dewasa awal hingga dewasa akhir. Menurut laporan dari Napoleon Cat yang diunggah di Databoks.co.id, kelompok usia 18-24 tahun menjadi pengguna Instagram terbanyak, dengan jumlah mencapai 33,90 juta. Dari angka tersebut, persentase pengguna laki-laki usia 18-24 tahun tercatat sebesar 17,5%, sementara pengguna

perempuan usia 18-24 tahun mencapai 19,8% (Graseta Teresa P.P & Wahyuni kristinawati, 2023). Fungsi utama dari *Instagram* sendiri yaitu layanan jejaring sosial berbagi foto dan video. Hal ini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai wadah untuk menunjukkan dirinya, misalnya menunjukkan bakat atau kemampuan yang dimiliki. Selain itu juga sebagai wadah untuk mempromosikan suatu barang atau jasa. Saat ini *Instagram* terus mengembangkan aplikasinya dengan memberikan fitur berupa filter yang dapat memberikan efek lebih *aestetik* dan lebih berwarna pada *posting-an* foto maupun video penggunaannya. Gambar yang ditampilkan di media sosial *Instagram* sering kali menggambarkan identitas diri yang ideal dari individu tersebut, maka tidak menutup kemungkinan banyak penggunaannya telah memodifikasi foto atau video menggunakan filter agar terlihat lebih menarik. Pengguna filter *Instagram* ini akan membuat seseorang berlomba-lomba mendapatkan respons positif berupa komentar pujian dan *like* sebagai salah satu cara untuk lebih mudah dikenal dan dianggap oleh kelompok sosialnya, semakin banyak komentar berupa pujian dan semakin banyak orang-orang yang menyukai foto maupun video yang di *upload* maka akan membuat individu semakin terlihat *menonjol* dan akan memiliki banyak *followers*. Apalagi sekarang terdapat berbagai macam filter *Instagram* dari yang mempercantik hingga yang dapat merubah bentuk fisik hingga warna kulit. Hal inilah yang membuat foto ataupun video akan semakin indah, menarik dan mudah disukai oleh orang lain.

Self-esteem memiliki definisi sebagai berikut, menurut Coopersmith (dalam Syamsu et al., 2020) *Self-esteem* merujuk pada penilaian diri yang dilakukan oleh individu terhadap berbagai aspek yang berkaitan dengan dirinya sendiri. Penilaian

ini diekspresikan melalui pandangan positif, yang mencerminkan sejauh mana individu merasa dirinya mampu, bernilai, dan memiliki arti penting. Coopersmith (dalam Fitri & Aini, 2018) juga membagi *Self-esteem* menjadi dua tingkatan yaitu *Self-esteem* tinggi dan *Self-esteem* rendah. *Self-esteem* tinggi yaitu mengenai atau cenderung ke hal-hal positif, yang dapat membuat individu mengekspresikan dirinya dengan baik. Sedangkan *Self-esteem* rendah cenderung ke hal-hal yang negatif dan nantinya membuat individu merasa kurang sempurna dan mudah putus asa. Tidak menutup kemungkinan hal tersebut akan mempengaruhi psikologis dan emosional dalam diri individu. Dari pengertian-pengertian mengenai *Self-esteem* diatas, didapati bahwa *self-esteem* seseorang bisa saja dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal. Individu mengolah kritik, pujian atau saran yang diberikan orang lain terhadap dirinya dengan cara yang berbeda-beda. Entah individu mengolahnya menjadi motivasi atau malah akan membuat individu menjadi pribadi yang memiliki *Self-esteem* rendah.

Dalam jurnal yang disusun oleh Michelian Martanatasha dan Intan Primadini (2019), menurut *Royal Society for Public Health* (RSPH) bahwa *Instagram* dapat mempengaruhi penggunanya. Jika dipadukan dengan aspek- aspek *Self-esteem* yang dicetuskan oleh Coopersmith, yang pertama yaitu aspek *significance*, keberartian atau keberadaan individu terhadap lingkungannya. Contohnya individu menggunakan filter dalam postingannya bertujuan untuk terlihat menarik, entah itu terlihat indah, cantik, atau unik sehingga keberadaannya lebih mudah terlihat dan dikenali serta diakui keberadaannya oleh *followers Instagram*. Kedua, aspek *competence*, kepercayaan diri terhadap kemampuan yang dimilikinya.

Dalam hal ini contohnya apabila individu ketika menggunakan filter atau tidak dapat membuat membuat *followers*-nya tertarik dan menyukai postingan yang ada di *Instagram* pribadinya. Ketiga, aspek *Power*, yaitu kemampuan individu dalam hal mengontrol diri dan orang lain. Contohnya apabila individu mampu mempengaruhi *followers*-nya untuk menggunakan filter yang sama saat memposting foto ataupun video, hal ini menunjukkan bahwa individu mampu mempengaruhi pengguna *Instagram* lainnya. Serta yang keempat adalah aspek *Virtue*, yaitu mengenai ketaatan individu dengan nilai moral, etika dan aturan yang ada di dalam masyarakat. Dalam aspek ini contohnya individu mampu menerima dan membalas kritik atau saran dengan kalimat yang baik dalam kolom komentar yang ada diposting *Instagram* pribadinya.

Apabila *Instagram* hanya digunakan sebagai wadah untuk ajang pamer diri saja, ditambah lagi menggunakan filter hanya ditujukan untuk mempercantik diri ditakutkan nantinya akan membuat individu selalu mengharapkan umpan balik atau *respons* yang positif berupa pujian atau *like* dari *followers*-nya saja. Sedangkan setiap orang memiliki berbagai penilaian bagi tiap individu baik itu penilaian positif atau negatif, tidak menutup kemungkinan ketika individu diberi penilaian yang tidak sesuai dengan keinginannya hal ini nanti akan mengganggu kestabilan emosional dan psikologis bagi penggunanya. Dengan adanya umpan balik positif yang berlebihan dari masyarakat memudahkan pengguna *Instagram* mengukur kedudukan sosial diantara kumpulan pertemanannya atau kelompok sosialnya. Hal seperti ini sebenarnya sangat membahayakan terhadap pengembangan *Self-esteem* di dalam diri individu, dimana pengguna *Instagram*

akan mulai merasa bahwa *Self-esteem* mereka tergantung dari opini orang lain. Pembentukan atau perkembangan *Self-esteem* dalam diri individu satu dengan individu lain berbeda, tergantung dari bagaimana cara individu menilai atau memersepsikan penilaian dari orang lain kearah negatif atau positif, misalnya kritik dan saran yang diberikan oleh orang lain kemudian diterima secara baik oleh individu tersebut sehingga kritik dan saran itu dijadikan sebagai acuan refleksi diri atau sebagai motivasi diri. Pembentukan *Self-esteem* dari media sosial *Instagram* didasari dengan adanya kepercayaan diri dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang dari pengguna *Instagram* (Larasati, 2021).

Berdasarkan pengamatan peneliti terlihat banyak yang menggunakan aplikasi *Instagram* yang berfoto dan mengambil video menggunakan fitur *filter* yang ada di *instastory Instagram* dan postingan pribadi mereka, subjek merasa bahwa dirinya kurang cantik atau menarik dari pengguna *Instagram* lainnya apabila tidak menggunakan filter, subjek merasa bahwa untuk mendapatkan pujian dan *like* dari pengguna lainnya terutama lawan jenis harus terlihat lebih menonjol atau menarik agar mendapatkan perhatian secara khusus. Dengan begitu akan menimbulkan dampak negatif kepada pengguna *Instagram* berupa kurangnya percaya diri dan merasa tidak puas akan dirinya. Hal ini lah yang menarik perhatian peneliti meneliti bagaimana gambaran *Self-esteem* pengguna *filter Instagram*. Selain itu dari hasil wawancara didapati ketiga subjek mengatakan bahwasanya mereka merasa postingannya kurang *aestetik* atau kurang bagus foto atau video yang diambil apabila tidak menggunakan filter. Penggunaan filter memberikan efek yang menakjubkan bagi penggunanya. Entah itu menambahkan kecantikan atau

merubah bentuk wajah atau badan menjadi lebih ideal. Sehingga membuat penggunanya merasa tidak percaya diri terhadap foto ataupun video jika tidak diberikan efek *filter*. Subjek mengatakan bahwa ingin menampilkan atau memperlihatkan dirinya ke sosial media melalui sebuah foto maupun video, yang nantinya postingan tersebut diharapkan akan membuat *followers* atau pengikut *Instagram* lainnya akan terkesan, sehingga akan memberikan respon berupa komentar-komentar pujian, pengakuan, serta merasa diterima dan disenangi oleh banyak pengguna *Instagram* lainnya. Tidak menutup kemungkinan bahwa alasan subjek menggunakan filter disetiap postingannya disebabkan adanya stimulus dari luar, yaitu cara pandang masyarakat yang ada dilingkungannya mengenai bagaimana *standart* kecantikan, misalnya cantik itu harus memiliki paras yang indah dan tubuh yang ideal, berkulit putih, berambut lurus, serta penilaian-penilaian lainnya. Hal ini lah yang membuat mereka enggan untuk menampilkan dirinya secara apa adanya.

Fenomena yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara secara sederhana tersebut dapat disimpulkan bahwa subjek lebih menekankan mengenai penampilan fisik, terlihat dari ulasan jawaban yang telah disampaikan oleh ketiga subjek penggunaan filter *Instagram*. Dimana menggunakan filter bertujuan mempercantik atau memperindah postingan foto atau video, yang nantinya subjek merasa bahwa *followers*-nya akan menyukai postingannya dan mendapatkan respon yang sesuai dengan harapannya. Menurut Coopersmith (1967) Individu membentuk *self-esteem* berdasarkan sejauh mana mereka dapat memenuhi *standart* pribadi atau nilai sosial yang mereka anggap penting.

Menurut Bradshaw (1996), proses pembentukan *self-esteem* terjadi melalui beberapa tahapan yang berkaitan dengan pengalaman individu sejak masa kanak-kanak hingga dewasa. *Self-esteem* berkembang sebagai hasil dari interaksi individu dengan lingkungannya, terutama melalui hubungan dengan orang tua, keluarga, teman sebaya, dan masyarakat. Tahapan pembentukan *self-esteem* menurutnya dimulai dari pengenalan diri, pengaruh lingkungan, interaksi sosial, internalisasi nilai-nilai, hingga penguatan identitas. Faktor utama dalam pembentukan *self-esteem* adalah pengalaman individu dalam lingkungan keluarga, sosial, dan budaya. Coopersmith (1967) juga menjelaskan bahwa perkembangan *self-esteem* yang baik pada masa dewasa awal akan terlihat dari kemampuan individu dalam menghadapi dan menyelesaikan tantangan pada tugas perkembangannya, dapat membangun hubungan yang positif, serta merasa yakin dan nyaman dengan dirinya sendiri.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Self-esteem* yang tinggi tergantung dari bagaimana individu dapat percaya akan dirinya, meyakini akan kemampuannya dan mampu menerima akan dirinya, sehingga akan membuat *self-esteem* individu tinggi, dengan begitu pengguna *filter* tidak merasa rendah diri ketika memposting foto ataupun video tidak menggunakan *filter*. Menggunakan *filter* hanya sebagai pemanis tanpa merubah gambar aslinya saja, selain itu meningkatnya *self-esteem* dalam diri individu juga dipengaruhi beberapa aspek menurut Coopersmith (1967) yaitu *significance*, *power*, *virtue* dan *competence* merupakan faktor penting dari terbentuknya *self-esteem* dalam diri individu yang artinya untuk meningkatkan *Self-esteem* tidak hanya mengenai fisik saja.

Melainkan juga dari kemampuan dan keunggulan diri misalnya melalui prestasi, bakat, pencapaian, keahlian, dan faktor-faktor lain yang dimiliki didalam diri. Hal ini nantinya akan mendorong individu menunjukkan keunggulan atau keunikan yang dimiliki, sehingga akan menarik perhatian orang lain. Dengan menunjukkan keunggulan diri akan membuat individu memiliki ciri khas dan memiliki perbedaan dengan orang lain. Individu memiliki kepercayaan diri yang semakin meningkat dan dapat memersepsikan bahwa dirinya ini mampu, penting, dan berharga serta dianggap ada oleh lingkungannya (dalam Michelian M. dan Intan P.,2019).

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah gambaran *Self-esteem* pada diri individu pengguna filter *Instagram*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran *Self-esteem* pada diri individu yang menggunakan filter *Instagram*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh penggunaan filter aplikasi *Instagram* terhadap *Self-esteem* bagi penggunanya, selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan

penjelasan mengenai pengaruh apa saja yang membuat *Self-esteem* menjadi rendah atau menjadi tinggi.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan penjelasan mengenai *Self-esteem*, dan memberikan cara untuk meningkatkan *Self-esteem* dalam bermain *Instagram*
- b. Bagi pengguna *Instagram* supaya bermain *Instagram* tidak hanya bertujuan untuk menunjukkan keunggulan fisik saja, namun digunakan untuk menambah wawasan pengetahuan diri sehingga nantinya dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri dalam penggunaannya, dan menggunakan *Social media* dengan bijak dan cerdas agar dapat membantu meningkatkan *Self-esteem*

E. Keaslian Penelitian

1. Jurnal yang disusun oleh Hasri Isrami A. Syamsu, Lukman, dan Muh. Nur Hidayat Nurdin (2020) yang berjudul “Pengaruh Umpan Balik Positif Media Sosial Terhadap *Self-esteem* Pada Mahasiswa Pengguna *Instagram* Di Universitas Negeri Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh umpan balik positif dari media sosial terhadap tingkat *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Universitas Negeri Makassar. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 295 orang mahasiswa Universitas Negeri Makassar yang memiliki akun aktif *Instagram*, peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Metode

yang digunakan yaitu teknik *incidental* sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa yang memperoleh pengaruh positif antara umpan balik positif terhadap *Self-esteem* menunjukkan ketergantungan mahasiswa yang tinggi terhadap media sosial. Oleh karena itu, lingkungan perlu memberikan respon yang positif terhadap individu dalam membentuk karakter dan perilaku yang positif tanpa distraksi dari media sosial dan pendapat orang lain. Penelitian ini masih tergolong sederhana karena hanya melihat pengaruh umpan balik positif terhadap *Self-esteem* mahasiswa di Universitas Negeri Makassar.

2. Jurnal yang disusun oleh Graseta Teresa Putri Pamalinga dan Wahyuni Kristinawati (2023), yang berjudul “ Pengaruh Harga Diri Terhadap Kecenderungan *Body Dysmorphic* Disorder Pada Mahasiswa UKSW Pengguna Tiktok atau *Instagram*.” Jurnal ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh harga diri terhadap kecenderungan *Body Dysmorphic* Disorder pada mahasiswi UKSW yang menggunakan aplikasi Tiktok atau *Instagram*. Penelitian ini mengambil sebanyak 112 subjek dengan rentang usia 18-25 tahun yang bermain Tiktok atau *Instagram*. Peneliti juga menggunakan metode kuantitatif dengan dua variabel dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa F_{hitung} : 178,806 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang artinya ada pengaruh yang sangat signifikan antara variabel harga diri (x) terhadap kecenderungan *body dysmorphic* disorder (y). Sumbangan efektif harga diri terhadap pengaruh kecenderungan *body dysmorphic* disorder adalah sebesar 61,9%.

3. Jurnal yang disusun oleh Uswah Hasanati dan Yolivia Irna Aviani (2020), yang berjudul “Hubungan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada Pengguna *Instagram*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *Social comparison* dengan *Self-esteem* pada dewasa awal pengguna *Instagram*. Subjek pada penelitian ini berjumlah 152 subjek yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18-35 tahun. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini ialah *non-probability* sampling dengan cara insidental sampling dengan 152 orang dewasa awal pengguna *Instagram* di daerah Bukit tinggi. Alat ukur penelitian yang digunakan ialah Skala *Social Comparison*, dan Skala *Self-esteem*. Berdasarkan dari hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *Social comparison* dengan *Self-esteem* pada pengguna *Instagram* di daerah Bukit Tinggi dan *Social comparison* berkontribusi sebesar 13,6% terhadap *Self-esteem* individu.
4. Jurnal yang disusun oleh Alifia Fernanda Putri (2019), yang berjudul “Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya”. Dalam jurnal artikel ini membahas tentang tugas perkembangan yang harus diselesaikan oleh individu di masa dewasa awal agar dapat menjalani kehidupan sehari-hari tanpa menghadapi hambatan yang berarti, serta untuk memastikan kelancaran proses perkembangan ke tahap berikutnya. Masa dewasa awal merupakan fase transisi dari masa remaja yang penuh dengan kesenangan menuju tahap kehidupan yang lebih serius. Pada fase ini, individu dihadapkan pada berbagai permasalahan hidup dan dituntut untuk mampu

menyelesaikannya dengan baik, sambil menunjukkan rasa tanggung jawab. Beberapa tugas perkembangan yang harus dicapai pada masa dewasa awal meliputi: memilih pasangan hidup, memenuhi peran sosial, mengembangkan tanggung jawab, mencapai kemandirian emosional, belajar menjalani kehidupan rumah tangga dengan pasangan, mengasuh anak, serta menjadi individu yang bermanfaat bagi lingkungannya.

