

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya Inovasi teknologi informasi secara pesat membuat *platform* media sosial menjadi bagian tidak terpisahkan dalam aktivitas sehari - hari manusia modern. Media sosial adalah *platform* di mana orang menggunakannya untuk berhubungan dengan teman dan kenalan mereka disebut juga sebagai media sosial (Singh & Guruprasad, 2019). *Platform* media sosial memungkinkan penggunanya untuk saling berbagi atau terhubung dengan orang lain. Media sosial membantu seseorang dari satu belahan bumi untuk berkomunikasi dan mendiskusikan mengenai berbagai hal dengan orang lain di belahan bumi lainnya. Media sosial telah digunakan oleh siapa pun, kapanpun dan dimanapun tanpa melihat umur, *gender*, dan keadaan sosial ekonomi seseorang. Bahkan di daerah pelosok dan pedesaan hampir setiap orang tahu atau bahkan memakai Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter, Youtube dan sebagainya.

Remaja adalah pengguna media sosial yang paling aktif. Remaja sering disebut sebagai *digital natives*, yaitu yang merupakan generasi pertama yang merasakan kecanggihan teknologi internet sejak lahir. Jaringan internet yang telah tersambung dengan beberapa macam peralatan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakrabi remaja (Lucy, 2018). Berdasarkan data Kominfo tercatat bahwa dari total masyarakat Indonesia sebanyak 65,34% di antaranya memiliki smartphone dengan rata-rata penggunaannya ialah 7 jam 42 menit per hari dan menghabiskan waktunya di media sosial daripada kategori situs lainnya. Menurut

hasil riset tersebut, diketahui pula bahwa remaja dengan kelompok usia 18-24 menghabiskan lebih banyak waktu dengan media sosial daripada kelompok usia lainnya (Latuherlau, 2023).

Penelitian terdahulu telah melakukan analisis terkait keunggulan dan manfaat utama dalam media sosial. Media sosial memberikan rasa kebebasan akan identitas, meningkatkan kepercayaan diri, dan dapat memberi hiburan saat Individu mengalami masa-masa sulit (Nyagah, Stephen, dan Mwanja, 2015). Media sosial juga mengeliminasi keterbatasan komunikasi dan menyediakan forum untuk membangun hubungan yang sehat dan kuat sehingga membangun modal sosial pada remaja yang memiliki sifat pemalu dan tertutup yang mengalami kesulitan dalam memulai percakapan (Ellison, Steinfield & Lamp, 2007). Amichai, Hamburger, dan Vinitzky (2010) beropini bahwa individu dengan sifat tertutup lebih mudah menjalin relasi melalui media sosial karena sulitnya komunikasi tatap muka.

Sebaliknya, para peneliti juga meyakini bahwa seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial oleh remaja maka akan berdampak negatif terhadap kondisi psikologis mereka, khususnya adalah rendahnya *self-esteem*. Media sosial digunakan remaja untuk membangun relasi, terhubung dengan dunia, berbagi dan memperoleh pengetahuan dan informasi, membangun kepribadian yang lebih kuat dan memiliki kehidupan sosial yang lebih baik (Boyd & Ellison, 2007). Mitchell (2002) mengklaim bahwa situs jejaring sosial juga digunakan oleh remaja untuk terlibat dalam hubungan *virtual* yang romantis maupun kasual. Selain memiliki dampak yang baik dalam memberikan kemudahan komunikasi, media

sosial memiliki banyak dampak negatif pula pada individu. Situs jejaring sosial membantu orang untuk membuat perbandingan sosial yang meningkatkan tekanan psikologis terhadap individu dan mengakibatkan menurunnya tingkat *self-esteem* (Chen & Lee, 2013). Salah satu contohnya adalah ketika individu menganggap rendah dirinya disebabkan oleh komentar negatif yang dihasilkan dari penilaian pengikut pada unggahan Instagram individu tersebut (Ananda, 2020). Sebuah studi oleh Pantic (2014) menemukan bahwa orang yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial lebih cenderung mengalami gejala negatif seperti depresi dan rendahnya *self-esteem* (Pantic, 2014). Berdasarkan uraian studi mengenai dampak sosial media pada remaja, dapat dikemukakan bahwa terdapat fenomena dampak penggunaan media sosial terhadap *self-esteem*.

Remaja ialah figur yang bergejolak dan penuh akan rasa gelisah, penuh dengan gairah yang menyala-nyala, tetapi penuh dengan keraguan dan kebimbangan (Wahyuni, 2018). Remaja tampil sebagai sosok yang selalu berubah sikap setiap saat, dikarenakan terjadi perkembangan mulai dari perkembangan fisik, psikis dan sosial pada remaja. Perkembangan seksual sekunder merupakan tanda perkembangan fisik dimana alat-alat reproduksi mulai berfungsi. Seluruh perkembangan pada fisik tubuh yang terjadi, mengakibatkan adanya perubahan psikologis pada diri remaja yang akan sangat mempengaruhi pada perkembangan sosialnya. Karakteristik remaja yang dapat memberikan dampak pada perilaku sosial remaja adalah sifat remaja yang masih labil dan mudah dipengaruhi oleh lingkungan (Sarwono, 2005). Penelitian oleh Robin dkk. (dalam Santrock, 2016) menunjukkan bahwa pada masa remaja terjadi penurunan *self-esteem*. *Self-esteem*

yang rendah dapat membuat remaja menjadi tidak realistis, pesimis dalam memandang masa depan dan melihat masa lalu dalam perspektif yang negatif (Taylor, dkk, 2009). Remaja yang memiliki sifat *self-esteem* rendah biasanya menghadapi kesulitan dalam beraktivitas sosial, memiliki sifat rendah diri, dan kikuk (Sabaruddin, Dilla, & Saidin, 2017).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan penulis melalui wawancara dengan lima orang remaja yang aktif menggunakan media sosial diketahui bahwa sebagian besar remaja menunjukkan *self-esteem* yang rendah. Wawancara yang didasarkan pada aspek *self-esteem* menurut Coopersmith (dalam Santrock, 2016) pada aspek pertama dari *self-esteem*, yaitu "kekuatan" (*power*) menunjukkan bahwa media sosial mendorong remaja untuk harus selalu menampilkan sisi terbaik dari dirinya. Remaja merasa perlu untuk mendapatkan *likes* dan komentar positif, sehingga remaja pengguna media sosial sering memposting hal-hal yang tampak sempurna. Tapi kadang-kadang hal tersebut membuat remaja merasa terjebak dalam ekspektasi orang lain, dan merasa tidak bisa mengendalikan atau menjadi diri sendiri. Hasil wawancara terkait aspek kedua dari *self-esteem*, yaitu "keberartian" (*significance*) menunjukkan bahwa ketika postingan mereka mendapatkan banyak *likes* dan komentar positif, remaja merasa diakui dan populer. Sebaliknya, jika postingan mereka tidak mendapat banyak respons atau bahkan diabaikan, remaja merasa dirinya tidak berarti atau tidak dicintai oleh teman-teman onlinenya. Remaja selalu ingin postingannya mendapatkan perhatian positif.

Hasil wawancara terkait aspek ketiga dari *self-esteem*, yaitu "kebajikan" (*virtue*) menunjukkan bahwa remaja seringkali merasa tekanan untuk mengikuti

tren atau berpartisipasi dalam hal-hal yang mungkin menurut dirinya tidak benar-benar setuju hanya karena itu terlihat populer di media sosial. Remaja juga sering melihat orang lain menilai seseorang berdasarkan tindakan online mereka, dan itu membuat remaja khawatir tentang citra dirinya di media sosial. Adapun hasil wawancara terkait aspek *self-esteem* terakhir, yaitu "kemampuan" atau "kompetensi" (*competence*) menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi perasaan remaja tentang sejauh mana dirinya merasa mampu menyelesaikan tugas atau menghadapi tantangan dalam lingkungannya di media sosial. Remaja terkadang melihat prestasi orang lain di media sosial membuat dirinya merasa rendah diri. Remaja juga merasa seperti harus mengejar standar yang tinggi dan memiliki keberhasilan yang sama seperti orang lain. Jika remaja merasa tidak bisa bersaing atau mencapai prestasi yang sama, itu membuat *self-esteem* remaja turun. Hasil wawancara ini didukung hasil penelitian Huang (2017) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan *self-esteem* pengguna. Akan tetapi di lain pihak menurut penelitian Kusuma & Yuniardi (2020), penggunaan media sosial dapat pula mendorong pengguna untuk melakukan perbandingan dirinya dengan orang lain dan dapat berdampak terhadap rendahnya *self-esteem*.

Terdapat berbagai faktor yang memberikan pengaruh terhadap self-esteem pada sikap remaja dan salah satunya adalah melakukan perbandingan sosial di media sosial. Delamater, Myers & Collet (2015) mengatakan bahwa perbandingan sosial merupakan satu dari tiga faktor penting yang memberikan pengaruh pada *self-esteem* seseorang. Orang cenderung mengevaluasi diri mereka sendiri dengan

membuat perbandingan sosial dan menilai *self-esteem* mereka, yang dapat menghasilkan evaluasi diri negatif atau positif. Perbandingan sosial cenderung lebih umum di kalangan remaja untuk menilai diri mereka sendiri, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan diri.

Social comparison adalah cara saling memberikan pengaruh kompetitif dalam interaksi sosial yang muncul dari kebutuhan untuk mengevaluasi diri (*self-evaluation*). Dasar dari teori perbandingan sosial ialah ketika seseorang tidak yakin dengan pendapat atau kemampuan mereka sendiri, mereka akan condong untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain (Festinger, 1954). Individu condong untuk melakukan perbandingan terhadap dirinya dengan individu lain yang mirip dengannya sehingga penilaian terkait pendapat dan kemampuan akan lebih akurat (Festinger, 1954). Dalam konteks *self-esteem* remaja yang menggunakan media sosial, sosial comparison sangat penting karena merujuk pada kebiasaan remaja untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk penampilan fisik, prestasi, gaya hidup, dan sebagainya. Di lingkungan media sosial, fenomena ini menjadi lebih menonjol karena remaja sering terpapar dengan berbagai gambar dan informasi tentang kehidupan orang lain. Sosial comparison memengaruhi *self-esteem* remaja dalam menggunakan media sosial ketika remaja terus-menerus membandingkan dirinya dengan gambar dan pencapaian orang lain di media sosial yang seringkali "dipoles" dan tampak sempurna, individu mungkin merasa tidak cukup atau kurang berhasil. Hal ini dapat merusak kepercayaan dirinya karena individu merasa tidak mampu mencapai standar yang dilihatnya di media sosial (Firdaus, dkk., 2023).

Menurut Coulson (dalam Suniarto, 2012), terdapat dua jenis perbandingan sosial yang dilakukan oleh individu untuk menilai dirinya sendiri dalam hubungannya dengan orang lain, yaitu "*upward comparison*" (perbandingan ke atas) dan "*downward comparison*" (perbandingan ke bawah). *Upward comparison* terjadi ketika seseorang membandingkan diri mereka dengan individu atau kelompok yang dianggap lebih baik atau lebih berhasil daripada diri mereka sendiri dalam suatu aspek tertentu. Contohnya, seseorang mungkin membandingkan diri mereka dengan teman yang memiliki pekerjaan yang lebih prestisius, memiliki penampilan fisik yang lebih menarik, atau memiliki kemampuan akademik yang lebih tinggi. *Downward comparison* terjadi ketika seseorang membandingkan diri mereka dengan individu atau kelompok yang dianggap kurang berhasil atau kurang beruntung daripada diri mereka sendiri dalam suatu aspek tertentu.

Kedua jenis perbandingan ini memiliki dampak yang berbeda pada *self-esteem* remaja dalam mengakses media sosial. *Upward comparison* dapat merusak *self-esteem* atau kepercayaan diri seseorang jika individu merasa tidak mampu mencapai standar yang lebih tinggi tersebut. Hal ini bisa menyebabkan perasaan rendah diri. Namun, *upward comparison* juga bisa menjadi sumber motivasi untuk meraih tujuan dan meningkatkan percaya diri. *Downward comparison* dapat meningkatkan *self-esteem* seseorang karena individu merasa lebih baik atau lebih berhasil dibandingkan dengan orang lain. Ini dapat memberikan rasa kepuasan dan perasaan positif tentang diri sendiri. Namun, terlalu sering melakukan *downward comparison* juga bisa menjadi bentuk penyangkalan atau penghindaran masalah.

Dalam *downward comparison*, remaja membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih rendah dalam sifat-sifat tertentu. Umumnya, individu membuat *downward comparison* dengan tujuan membangkitkan emosi positif dan meningkatkan *self-esteem* atau tingkat *self-esteem*. Sebaliknya, *upward comparison* adalah perilaku membandingkan diri sendiri dengan orang lain yang dianggap lebih unggul dalam beberapa hal. Menurut Baron & Byrne (2004), efek *upward comparison* dan *downward comparison*, mungkin tidak berlaku ketika pembandingnya berhubungan erat. Dalam penelitian Putra (2018), perbandingan dengan orang lain akan membantu seseorang untuk mengukur kemampuan yang dimiliki seakurat mungkin dan memeriksa apakah sikap dan perilaku individu itu sendiri sudah tepat atau belum.

Social comparison dalam media sosial sejatinya adalah perbandingan sosial dengan menggunakan media sosial sebagai wadahnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Nasrullah (2016), bahwa media sosial merupakan wadah atau forum yang timbul melalui media internet. Media sosial memberikan kesempatan bagi pemakainya untuk membagikan dan meninjau banyak informasi pribadi yang diperbarui setiap hari dengan mudah, hal ini dapat menyajikan bahan yang memadai untuk terjadinya perbandingan sosial (Yang & Robinson, 2018). Mengunggah foto dan video ke media sosial memungkinkan individu untuk memberikan penilaian pada diri sendiri dan orang lain (Simatupang, 2015). Media sosial visual seperti Instagram dan Youtube menawarkan banyak kesempatan kepada individu untuk berada dalam perbandingan status sosial dikarenakan konten yang ditampilkan dirancang dengan sangat cermat, disunting, dan disempurnakan (Trifiro, 2018).

Pengguna diberikan kesempatan untuk mengikuti selebritas di sosial media dan mencerminkan bahwa hidupnya tidak sempurna yang diunggah orang lain di Instagram. Hal ini menyebabkan lebih banyak orang membandingkan diri mereka dengan sosok “sempurna” yang dilihat individu melalui media sosial (Treitel, 2020).

Self-esteem remaja menurun saat mereka membandingkan diri dengan *peer group*nya ataupun orang lain terhadap postingan yang diunggah di *instagram* dianggap lebih baik dari postingannya pada kemampuan yang diperlihatkan ataupun ketika mereka mendapatkan penilaian sosial dari *peer group*-nya yang tidak sesuai dengan pendapat mereka terhadap diri sendiri (Putra, 2018). Lee (2014) menyatakan dalam penelitiannya bahwa popularitas situs media sosial, membuat banyak orang memperoleh atau terpapar informasi orang lain di situs media sosial yang mendorong individu untuk sering terlibat dalam perilaku *social comparison* di media sosial. Lebih lanjut Lee (2014) menjelaskan bahwa remaja yang terekspos atau membandingkan apa yang dipresentasikan oleh orang lain di media sosial dengan dirinya dapat mempengaruhi tingkat *self-esteem* berdasarkan evaluasi diri yang mereka lakukan. Pada umumnya remaja menjadikan *peer group*-nya sebagai acuan saat mengevaluasi diri dalam hal kemampuan dan pendapat sebagai objek *social comparison*.

Dari penjelasan terkait faktor - faktor *self-esteem* pada paragraf sebelumnya, salah satu faktor yang mempengaruhi *self-esteem* remaja adalah perbandingan sosial. Penelitian Feinstein, dkk. (2013) menunjukkan bahwa penggunaan media yang tinggi menyebabkan depresi dan penurunan kesejahteraan individu. Karena

banyaknya individu menggunakan media sosial dengan menggunakan perasaan atau suasana hati mereka dalam menggunakan media sosial untuk mengatasi kesepian mereka tetapi hanya berakhir menjadi kurang puas dengan hidup mereka (Kross, dkk., 2013). Chou & Edge (2012) menyimpulkan bahwa orang yang sering menggunakan media sosial memiliki keyakinan yang sangat kuat bahwa pengguna lain, yang tidak mereka kenal dengan baik secara offline, menjalani kehidupan yang lebih sehat, bahagia, dan lebih sejahtera daripada kehidupan mereka. Asumsi tentang kehidupan orang lain ini menyebabkan depresi pada individu. Pantic (2014) menyatakan bahwa situs jejaring sosial dapat menimbulkan rasa cemas, depresi, gangguan psikotik dan *self-esteem* yang rendah. Chen & Lee (2013) beropini bahwa pemakaian media sosial berkaitan langsung dengan *stress* psikologis seseorang yang mengakibatkan rendahnya *self-esteem*. Media sosial juga menyebabkan *cyber bullying* meningkat karena melalui media sosial rumor dapat menyebar dengan mudah dan gambar tidak senonoh individu dapat diunggah tanpa persetujuan mereka. Kecemasan, depresi, dan *self-esteem* rendah adalah semua gejala dan akibat dari *cyber bullying* (Moreno & Kolb, 2012).

Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*. Sebuah studi oleh Krasnova, Wenninger, Widjaja, dan Buxmann (2013) menemukan bahwa mengetahui orang lain yang lebih kaya, lebih sukses, dan lebih bahagia di media sosial bisa memicu tingkah laku komparatif sehingga menurunkan *self-esteem*. Sebuah studi oleh Lee (2014) menyatakan relasi yang negatif antara *self-esteem* dan frekuensi perbandingan sosial di Facebook yang artinya bahwa semakin banyak perbandingan sosial yang

dibuat di media sosial, semakin rendah *self-esteem* seseorang. Hasil ini didukung pula oleh penelitian Vogel, Rose, Okdie, Eckles, dan Franz (2015) yang menyatakan bahwa orang dengan orientasi perbandingan sosial yang lebih tinggi memiliki asosiasi *self-esteem* yang lebih rendah saat menggunakan media sosial. Lebih lagi, studi Alfasi (2019) menyatakan bahwa dampak eksposur konten media sosial dapat menyebabkan perbandingan sosial yang tidak realistis, mempengaruhi *self-esteem*, dan menyebabkan depresi. Sebuah studi oleh Appel & Crusius (2015) menemukan bahwa perbandingan sosial yang dilakukan di sosial media *facebook* berhubungan dengan rendahnya *self-esteem*, yang berperan penting dalam menciptakan perasaan rendah diri dan meningkatkan rasa cemburu.

Berdasarkan uraian pada paragraf sebelumnya, maka rumusan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini ialah:

1. Apakah terdapat hubungan antara *upward social comparison* di media sosial dengan *self-esteem* pada remaja?
2. Apakah terdapat hubungan antara *downward social comparison* di media sosial dengan *self-esteem* pada remaja?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk melakukan analisis hubungan antara *upward* dan *downward social comparison* di media sosial dengan *self-esteem* pada remaja.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, di antaranya:

1. Manfaat teoritis

Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu psikologi merupakan manfaat teoritis dari penelitian ini, khususnya hubungan *social comparison* di media sosial terhadap *self-esteem*. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sumbangan referensi bagi penelitian di masa depan yang akan melakukan penelitian terkait *social comparison* dan *self-esteem* pada sosial media.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini yakni harapannya dapat memberikan dorongan meningkatkan pemahaman bagi masyarakat terutama pendidik dan orang tua akan dampak dalam menggunakan media sosial terhadap *social comparison* dan *self-esteem*.