

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi informasi membawa pengaruh yang signifikan terhadap perubahan pola komunikasi diantara masyarakat, dari pola yang sebelumnya mengandalkan komunikasi secara tatap muka kini beralih pada komunikasi digital (Yoga, 2019). Secara global, internet telah digunakan oleh 5,35 miliar orang di tahun 2024, yang setara dengan 66,2 persen dari total populasi dunia (Kemp, 2024). Dikutip dari web *DataReportal*, sebagian besar penggunaan internet di Indonesia ditujukan untuk menjalin hubungan sosial, termasuk bertukar pesan dengan orang lain (Kemp, 2024). Sejalan pula dengan data yang dilansir oleh *GoodStats*, media sosial menempati urutan ketiga sebagai alasan utama penggunaan internet di Indonesia, dengan persentase mencapai 70,64% (Ayuningtyas, 2024).

Media sosial menawarkan kemudahan dalam seleksi dan penyuntingan pada foto atau video yang akan di unggah, melalui kemudahan fitur ini pengguna dapat menentukan citra seperti apa yang ingin ditampilkan kepada pengguna lain (Arnani, 2023). Berdasarkan data dari *DataReportal*, Instagram merupakan sosial media kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024 dengan persentase 85,3% (Kemp, 2024). Selain itu, angka pengguna Instagram di Indonesia mencapai 89,8 juta, yang didominasi oleh pengguna berusia 18-34 tahun (NapoleonCat, 2024).

Masa dewasa awal berkisar antara 18-40 tahun, ditandai dengan karakteristik khas yang mencerminkan transisi dan penyesuaian dalam kehidupan seseorang.

Periode ini menjadi masa adaptasi terhadap tanggung jawab dan peran baru, di mana individu mulai menghadapi berbagai tugas dewasa yang baru, seperti pekerjaan, hubungan, dan kehidupan keluarga (Hurlock, 1997). Masa dewasa awal memiliki beberapa karakteristik, salah satunya adalah seringnya terjadi ketegangan emosional, karena tuntutan untuk terus beradaptasi yang akhirnya memunculkan perasaan bingung dan cemas. Di samping itu, ini juga merupakan masa ketergantungan serta masa perubahan nilai, di mana individu merasa perlu menyesuaikan nilai-nilai yang dianut dengan kelompok sosial tertentu, dengan tujuan utama untuk mendapatkan penerimaan sosial (Hurlock, 1997). Kebutuhan akan penerimaan sosial ini membuat individu memiliki kecenderungan untuk menunjukkan citra diri seperti apa yang diharapkan oleh orang sekitarnya, tujuannya ialah agar dapat dianggap sebagai teman yang baik (Rarasati, Hudaniah, & Prasetaningrum, 2019).

Rozika dan Ramdhani (2016) berpendapat bahwa fitur yang diberikan internet dalam hal unggahan sosial media seperti fitur seleksi dan suntingan memudahkan pengguna untuk membentuk citra berupa gambaran fisik ataupun presentasi diri yang akan ditampilkan oleh individu. Perilaku yang umum dilakukan oleh pengguna aktif Instagram meliputi keterlibatan individu dalam berbagai aktivitas di *platform*, seperti mengunggah foto atau video; mengikuti atau berhenti mengikuti akun lain; memberikan *like* dan komentar pada unggahan; menambahkan informasi pada foto yang diunggah; serta saling mengirim pesan dengan pengguna lain (Rahmaraina, 2022).

Kehadiran presentasi diri dalam ranah *online* membuat individu memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menampilkan dirinya. Dalam konteks *offline*, citra

diri individu mudah dipastikan karena terlihat secara realistis, tetapi di ranah virtual, interaksi fisik untuk memastikan hal tersebut sering kali tidak memungkinkan (Smith & Sanderson, 2015). Menurut Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2015) presentasi diri adalah proses di mana individu menampilkan dirinya dalam konteks sosial untuk membangun dan memahami konsep serta identitas diri, pada proses ini individu dapat saja menampilkan dirinya dalam beberapa bentuk seperti diri yang sesungguhnya, diri yang ideal, dan diri yang palsu.

Goffman (1956) berpendapat bahwa presentasi diri merujuk pada tindakan sadar atau tak sadar yang dilakukan oleh individu untuk mengelola kesan dan menyampaikan karakteristik atau sikap tertentu, dipengaruhi baik oleh tujuan pribadi maupun harapan sosial, meski kesadaran akan maksud-maksud ini mungkin berbeda-beda di antara individu-individu. Rozika dan Ramdhani (2016) mengartikan presentasi diri sebagai tindakan untuk menunjukkan karakteristik diri tertentu kepada orang lain. Dalam psikologi sosial, presentasi diri dapat disebut juga sebagai manajemen kesan, yaitu usaha yang dilakukan individu untuk menggambarkan dirinya sebagai pribadi yang baik kepada orang lain (Aiyuda & Syakarofath, 2019). Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2015) menyebutkan bahwa aspek dari presentasi diri tersusun atas tiga hal yaitu *real self* yang menjadi representasi diri/perasaan sebenarnya; *ideal self* yang menggambarkan sisi-sisi ideal yang diharapkan oleh individu, mencakup sisi positif maupun negatif dalam diri; dan *false self* sebagai bentuk dari diri/perasaan yang tidak sesuai dengan pribadi asli individu, melalui perilaku menipu (*deception*), eksplorasi

identitas (*exploration*), dan membandingkan diri atau mengesankan orang lain (*compare/impress*).

Penelitian terkait tingkat presentasi diri menunjukkan beragam hasil di beberapa penelitian terdahulu. Islami, Merida, dan Novianti (2022) menemukan bahwa 72% responden di platform media sosial memiliki tingkat presentasi diri yang tinggi, sementara 28% berada pada kategori sedang. Serupa dengan penelitan tersebut, Latupeirissa dan Wijono (2022) melaporkan 11,88% subjek memiliki tingkat presentasi diri tinggi, 86,71% cukup tinggi, dan hanya 1,39% yang sangat rendah. Sementara itu, studi Rozika dan Ramdhani (2016) mengungkapkan bahwa mayoritas subjek (69,9%) berada pada kategori sedang, diikuti oleh 22,3% dengan tingkat tinggi, dan 7,7% lainnya termasuk kategori rendah.

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Instagram memiliki tingkat presentasi diri *online* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa banyak dari pengguna Instagram berusaha menampilkan dirinya secara berlebihan. Rarasati dkk. (2019) menyebutkan bahwa individu dengan presentasi diri *online* yang tinggi seringkali berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin untuk mendapatkan pengakuan dari pengguna lain. Usaha yang umum dilakukan adalah dengan menggunakan filter untuk mempercantik foto yang diunggah dan menuliskan caption yang terlihat menarik. Padahal, terlalu fokus pada presentasi diri dan mendorong diri untuk selalu terlihat ideal dapat meningkatkan resiko depresi serta kecemasan (Hjetland dkk., 2024).

Peneliti melakukan survei dengan melibatkan 15 partisipan dewasa awal (berusia 18-40 tahun) yang menggunakan Instagram. Survei dilakukan menggunakan *google form* berisi 8 pertanyaan terbuka yang mengacu pada aspek presentasi diri online dari Michikyan (2015), yaitu *real self* (diri sebenarnya), *ideal self* (diri ideal), dan *false self* (diri palsu). Melalui survei tersebut, peneliti menemukan beragam respons mengenai aspek dari presentasi diri di media sosial.

Pertama, pada aspek *real self* yang merupakan representasi diri sebenarnya ditemukan bahwa sebanyak 9 partisipan (60%) menyatakan bahwa dirinya membagikan situasi secara jujur di media sosial, terutama ketika merasa lingkungan daringnya aman dan nyaman. Para partisipan menyatakan bahwa sosial media adalah milik pribadi, sehingga selama tidak melanggar norma, dirinya dapat merasa bebas untuk menunjukkan sisi mereka yang sebenarnya. Meskipun begitu, sejumlah partisipan mengaku jarang membagikan situasi nyata mereka di *platform* tersebut karena menganggap bahwa sosial media memiliki lingkup yang terlalu luas dan sehingga pandangan orang lain cenderung dipertimbangkan sebelum menampilkan diri secara autentik.

Kedua, terkait aspek *ideal self*, sebanyak 14 partisipan (93%) menyatakan bahwa unggahan mereka di Instagram memperlihatkan potret ideal diri. Partisipan seringkali menampilkan versi diri yang baik melalui konten yang diunggah untuk menggambarkan sisi positif dan menarik dari dirinya. Selain itu, partisipan mengaku selektif dalam memilih konten yang akan diunggah agar terlihat menarik dan sesuai dengan citra yang mereka harapkan. Aspek ini menggambarkan sisi ideal seorang

individu yang ingin dilihat oleh orang lain, dimana dapat melibatkan sisi positif ataupun negatif dalam dirinya.

Ketiga, pada aspek *false self*, sebanyak 7 partisipan (47%) merasa perlu menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial. Beberapa partisipan mengaku dirinya mengikuti tren dan terpengaruh oleh unggahan orang lain meskipun hal tersebut kurang sesuai dengan diri sendiri. Selain itu, beberapa responden menyebutkan bahwa dirinya berusaha menjaga citra tertentu di media sosial untuk mengesankan orang lain dan memenuhi suatu standar. Aspek ini mencerminkan sikap dan perilaku yang tidak sepenuhnya sesuai dengan diri sebenarnya, melibatkan usaha untuk mengesankan orang lain.

Berdasarkan analisis terhadap survei yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan terkait presentasi diri *online* pada dewasa awal yang menggunakan Instagram. Permasalahan tersebut berkaitan dengan keaslian diri dan kecenderungan untuk merasakan tekanan. Meskipun sebagian besar partisipan menyatakan dirinya mengunggah konten sesuai dengan keadaannya, sejumlah partisipan tetap menunjukkan kekhawatirannya terhadap penilaian publik. Kemudian, tingginya persentase *ideal self* dapat mengindikasikan adanya ekspektasi publik maupun sisi internal mereka untuk menampilkan versi terbaik dirinya ketika mengunggah sesuatu di media sosial. Begitu pula pada aspek *false self*, sebagian partisipan merasa perlu menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial, mengikuti tren, atau menjaga citra diri tertentu. Hal ini dilakukan meskipun tidak sesuai dengan diri yang sebenarnya.

Presentasi diri memiliki dampak positif dalam membangun komunikasi dengan orang lain, seperti keluarga, maupun memperluas jaringan pertemanan. Kemampuan seseorang dalam mengekspresikan diri dengan baik dapat memperjelas pesan atau sikap yang ingin disampaikan kepada orang lain, sehingga memungkinkan individu untuk menjalin interaksi yang lebih efektif (Saptasagar dalam Latupeirissa, 2022).

Namun, presentasi diri juga memiliki dampak negatif, menurut Zarghooni (2007) dampak negatif dari presentasi diri adalah munculnya kecenderungan untuk mengikuti pola yang sama dalam berbagai situasi, menciptakan kesan yang monoton di mata orang lain, sehingga dapat mempengaruhi interaksi sosial. Sejalan pula dengan pendapat lain yang menyebutkan bahwa fenomena presentasi diri pada sosial media dapat berdampak pada penampilan diri yang berlebihan dan akhirnya tidak menggambarkan diri dengan sebenarnya atau bahkan menyesatkan untuk orang lain (Nurhayati & Nurmina, 2020). Oleh karena itu, opsi terbaik yang dapat dilakukan adalah dengan menjadi diri sendiri di sosial media, sebagaimana dengan diri sendiri di dunia nyata (Aiyuda & Syakarofath, 2019).

Presentasi diri dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial-psikologis yang mencerminkan interaksi individu dengan lingkungan. Beberapa faktor yang mempengaruhi presentasi diri diantaranya: kepribadian neurotisme dan ekstraversi (Michikyan dan Subrahmanyam, 2014); kesejahteraan sosial (kesadaran diri dan harga diri) (Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam, 2015); Fear of Missing Out (FoMO) (Salim, Rahardjo, Tanaya, & Qurani, 2017); Kesepian (Assyfikqi, Prasetyaningrum, &

Hijrianti, 2024); Rasa malu (Kusumasari & Hidayati, 2014); serta Harga diri dan *body image* (Rozika Ramdhani, 2016).

Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa dalam konteks presentasi diri di sosial media pada orang dewasa muda dengan tingkat neurotisme yang tinggi cenderung menampilkan diri mereka sebagai sosok yang mereka inginkan, menipu orang lain, dan menggunakan perbandingan sosial untuk memberikan kesan kepada orang lain secara lebih intens (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2015). Hal tersebut sejalan pula dengan penelitian oleh Lee, Ahn, dan Kim (2014) yang menemukan bahwa neurotisme memiliki hubungan negatif dengan interaksi publik, seperti menulis komentar, yang mengindikasikan rendahnya partisipasi langsung individu neurotis dalam fitur interaktif.

Berdasarkan uraian hasil penelitian sebelumnya diatas, peneliti memutuskan untuk mengangkat kepribadian neurotisme sebagai variable independen dalam penelitian terkait presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna *Instagram* ini. Menurut Costa dan McCrae (1992a) neurotisme didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk merasakan tekanan psikologis. Neurotisme adalah salah satu dari lima faktor utama dalam model kepribadian (*the big five factors model*) yang menggambarkan perbedaan antara kemampuan untuk beradaptasi atau stabil secara emosional dengan ketidakmampuan untuk melakukan penyesuaian diri (Anggriana, 2016). Neurotisme mencerminkan kecenderungan seseorang untuk mengalami gangguan psikologis, dan tingkat yang tinggi dari sifat ini terkait dengan sensitivitas terhadap ancaman (Ross dkk., 2009). Menurut Wang, Jackson, Zhang, dan Su (2012)

Neurotisme merupakan kepribadian yang menunjukkan perbedaan antara stabilitas emosional dan berbagai karakteristik lainnya, seperti efek negatif, kecemasan, kesedihan, mudah marah, dan ketegangan. Costa dan McCrae (1992) menyebutkan bahwa neurotisme terdiri dari beberapa aspek yang mencerminkan kecenderungan individu dalam merespons emosi negatif. Aspek-aspek tersebut antara lain *anxiety* atau kecemasan yang berlebih, *angry hostility* atau mudah marah dan tersinggung, *depression* yang diartikan sebagai perasaan sedih berkepanjangan, *self-consciousness* yang mengacu pada kesadaran diri berlebihan, dan *vulnerability* yang diartikan sebagai kerentanan terhadap tekanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hjetland, dkk. (2022) menemukan bahwa kecenderungan neurotisme memiliki hubungan yang positif dengan presentasi diri *online*. Individu dengan kestabilan emosi yang rendah rentan merasakan emosi negatif, sehingga membuatnya lebih sensitif terhadap penolakan dan mendorong mereka untuk mencari penerimaan melalui media sosial. Namun, Individu neurotis juga memiliki respons emosional yang kuat terhadap komentar negatif, sering kali menganggapnya sebagai ancaman besar. Hal ini kemudian menghambat pembentukan identitas adaptif dan mendorong mereka untuk menampilkan citra diri yang ideal atau palsu (Kawamoto, 2021). Nurhayati dan Nurmina (2020) menambahkan bahwa Neurotisme memiliki kaitan dengan kebutuhan untuk memiliki, di mana individu yang menunjukkan tingkat neurotisme tinggi sering kali merasa cemas ketika melakukan presentasi diri. Individu dengan tipe kepribadian ini cenderung memperlihatkan

perbedaan yang signifikan antara diri mereka yang sebenarnya dan diri ideal yang ingin mereka capai. Dengan demikian atas dasar uraian latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna media sosial *Instagram*?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepribadian neurotisme dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal pengguna media sosial *Instagram*

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis:

Menambah wawasan dan pemahaman tentang konsep neurotisme dan hubungannya dengan perilaku presentasi diri online di media sosial, yang dapat menjadi referensi bagi penelitian di bidang psikologi sosial selanjutnya, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori kepribadian dan perilaku penggunaan media sosial di kalangan individu fase dewasa awal.

b. Manfaat praktis:

1) Kepada subjek:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi individu, terutama individu dengan tingkat neurotisme tinggi, mengenai dampak dari perilaku presentasi diri online di media sosial.

2) Kepada peneliti selanjutnya:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang mengangkat tema serupa. Kemudian, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para profesional di bidang psikologi dan pendidikan dalam memberikan bimbingan kepada individu untuk meningkatkan literasi penggunaan media sosial yang baik.