

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan media sosial terjadi seiring dengan kemajuan teknologi serta perubahan dalam praktik budaya manusia. Dalam konteks ini, sejak awal tahun 2000-an, munculnya jejaring sosial dan situs Web 2.0 telah membuka peluang bagi masyarakat untuk memahami bagaimana berbagai aspek kehidupan mulai dari hubungan sosial, pekerjaan, aktivitas politik, hingga pemerintahan, kini banyak dijalankan melalui media sosial (Daly dkk., 2024). Selanjutnya, dalam satu dekade terakhir, media sosial semakin mengalami perkembangan pesat dari sekadar teknologi yang hanya dikenal oleh kalangan terbatas hingga menjadi bagian utama dalam budaya modern. Oleh karena itu, media sosial sebagai fenomena sosial-budaya berperan besar dalam mengubah ekosistem informasi dan cara manusia berkomunikasi di era digital (Boyd, 2014). Di sisi lain, menurut Adawiah dalam (Pratiwi dkk., 2023), dijelaskan bahwa di era digital, penggunaan gadget sebagai alat komunikasi telah mengurangi kualitas waktu kebersamaan dalam keluarga, termasuk berkurangnya bentuk interaksi nonverbal seperti tatapan mata dan kontak fisik. Dalam kehidupan sehari-hari, bagi masyarakat, khususnya remaja, media sosial telah menjadi kebiasaan yang begitu melekat hingga sulit dipisahkan dari

kehidupan sehari-hari, membuat remaja hampir tidak pernah melewati satu hari pun tanpa mengaksesnya (Putri dkk., 2016)

Sejalan dengan fenomena tersebut, data dari We Are Social (2025), menunjukkan bahwa pada awal tahun 2025 jumlah pengguna internet di dunia mencapai sekitar 5,56 miliar orang atau 67,9% dari populasi global, sedangkan pengguna media sosial mencapai sekitar 5,24 miliar akun atau 63,9% dari populasi dunia, dan angka tersebut terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sementara itu, berdasarkan laporan Reportal (2025), pada awal tahun 2025 terdapat sekitar 212 juta pengguna internet di Indonesia dengan tingkat penetrasi 74,6 persen dari populasi.

Dari jumlah tersebut, sekitar 143 juta merupakan pengguna aktif media sosial. Selain itu, laporan TikTok menunjukkan bahwa iklannya menjangkau lebih dari separuh pengguna internet dari remaja hingga dewasa di Indonesia, yaitu sekitar 53,5 persen dari penduduk usia 18 tahun ke atas. Dalam kajian perkembangan individu, menurut Santrock (2010), masa remaja merupakan fase peralihan perkembangan dari masa kanak-kanak menuju dewasa awal yang berlangsung sekitar usia 10 hingga awal 20-an. Pada fase ini, individu mulai menunjukkan kebutuhan yang kuat akan kemandirian dan pembentukan identitas diri, disertai dengan berkembangnya kemampuan berpikir yang semakin logis, abstrak, dan idealistik. Adapun, remaja akhir umumnya telah memiliki kemampuan

berpikir matang, memahami masalah secara menyeluruh, serta mulai mencari kestabilan dalam harga diri, peran gender, dan citra tubuh (Fitri & Asra, 2023).

Berdasarkan pandangan Santrock (2010), pada masa remaja terjadi peningkatan kemampuan berpikir kritis melalui perkembangan proses informasi yang makin cepat dan otomatis, pengetahuan yang semakin luas, kemampuan menggabungkan informasi baru, serta penggunaan strategi kognitif yang lebih beragam dan spontan, termasuk dalam merencanakan, mempertimbangkan pilihan, dan memantau proses berpikir. Sejalan dengan pandangan tersebut, (Fitri dkk., 2022) menunjukkan bahwa remaja masih memiliki keterbatasan pengalaman sehingga sering mengalami kesulitan dalam menghadapi berbagai masalah. Lebih lanjut, pada tahap remaja akhir, individu umumnya telah memiliki pengalaman yang lebih banyak sehingga lebih siap dan mampu menyelesaikan persoalan. Dalam kehidupan sehari-hari, remaja tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal, seperti diri sendiri, keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sosial. Kondisi ini juga berlaku pada remaja akhir yang mulai menghadapi tantangan kemandirian dan penyesuaian diri menuju kedewasaan (Fitriyah dkk., 2024).

TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga menyediakan berbagai aktivitas yang memungkinkan pengguna untuk menonton dan membuat video, memberikan tanda suka dan komentar, serta mengikuti berbagai tantangan sehingga pengguna dapat berinteraksi dan berpartisipasi dalam

pembuatan konten (Montag dkk., 2021). Pada remaja, penggunaan TikTok didorong oleh berbagai kebutuhan, seperti memperoleh hiburan, memperluas hubungan sosial, memperoleh pengakuan, dan mengekspresikan diri secara kreatif (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020). Selain itu, TikTok juga dapat digunakan untuk mengalihkan diri dari keadaan yang kurang menyenangkan serta sebagai sarana mengekspresikan diri melalui aktivitas menonton maupun membuat dan membagikan konten (Omar & Dequan, 2020). Berbagai kebutuhan yang dapat terpenuhi melalui penggunaan media tersebut dapat memberikan kepuasan bagi pengguna dan menjadi salah satu alasan seseorang mempertahankan penggunaan media (Katz dkk., 1973). Dengan demikian, berbagai manfaat tersebut membuat TikTok tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media yang memenuhi kebutuhan sosial dan pribadi remaja akhir. Kondisi ini dapat membuat remaja akhir memiliki alasan untuk terus menggunakan TikTok karena memperoleh kepuasan dari aktivitas yang dilakukan di dalamnya.

Penggunaan TikTok pada remaja tidak hanya berkaitan dengan aktivitas hiburan dan pemenuhan kebutuhan sosial, tetapi juga dapat berkaitan dengan aspek psikologis. Hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian Aria dan Pratiwi (2024) yang dilakukan pada remaja awal pengguna TikTok. Penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan self-confidence pada remaja awal.

Sejalan dengan penelitian tersebut, Syalsadila dan Nawangsih (2022) juga melakukan penelitian pada remaja putri pengguna TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa body image memiliki pengaruh terhadap self-confidence pada remaja putri pengguna TikTok. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok pada remaja dapat berkaitan dengan aspek psikologis, khususnya yang berhubungan dengan penilaian dan keyakinan terhadap diri.

Selanjutnya, pada masa remaja akhir, tuntutan untuk mencapai kemandirian dan menyesuaikan diri dengan peran sosial yang lebih dewasa menyebabkan meningkatnya tekanan dari lingkungan sosial dan budaya (Hemasti dkk., 2024). Dalam konteks perkembangan saat ini, remaja sering terdorong untuk membandingkan diri dengan gambaran ideal yang banyak ditampilkan di media sosial seperti TikTok, sehingga menimbulkan rasa kurang percaya diri dan tekanan untuk memenuhi standar yang tidak realistis. TikTok menyediakan sarana untuk memperoleh pengakuan sosial melalui jumlah pengikut, komentar, dan likes. Apabila bentuk validasi tersebut tidak terpenuhi sesuai harapan, kondisi ini dapat berdampak negatif terhadap keyakinan diri pada remaja (Bossen dkk., 2020). Ketergantungan pada jumlah likes atau komentar sebagai ukuran penerimaan sosial dapat menimbulkan perasaan tidak berharga ketika ekspektasi tersebut tidak tercapai (Cai, 2023). Fenomena ini berkaitan dengan kecenderungan melakukan perbandingan diri dengan orang lain serta adanya tekanan sosial dalam penggunaan TikTok yang dapat memengaruhi pembentukan identitas dan persepsi diri pada

masa remaja. Kondisi tersebut menunjukkan adanya risiko munculnya permasalahan pada self-efficacy, karena tekanan sosial dan paparan konten yang tidak realistis berpotensi melemahkan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri.

Self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu (Bandura, 1997). Secara umum, self-efficacy juga dapat dipahami sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan situasi tertentu dan menghasilkan hasil yang positif (Santrock, 2019). Sejalan dengan pandangan tersebut, menurut Schwarzer (1992), efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan tindakan pribadi dan menghadapi tantangan lingkungan secara adaptif. Selain itu, Schunk (2011) menjelaskan bahwa self-efficacy merupakan persepsi individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan suatu tindakan untuk mencapai hasil tertentu. Bandura (1997) memaparkan bahwa self-efficacy memiliki 3 aspek utama, yaitu *Magnitude*, *Generality*, dan *Strength*.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Amalina & Utami, 2025), menunjukkan bahwa dari hasil kategorisasi self-efficacy seluruh responden remaja akhir, diperoleh bahwa sebanyak 68,8% atau 62 responden berada pada kategori sedang, selain itu, 18,8% atau 17 responden berada pada kategori tinggi, dan 12,2% atau 11 responden berada pada kategori rendah. Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nadila, 2022), menunjukkan bahwa dari hasil kategorisasi self efikasi dari seluruh responden remaja akhir didapatkan sebanyak

66,3%, berada pada kategori sedang, selain itu, 16,3% responden berada pada kategori tinggi, dan 17,3% berada pada kategori rendah.

Peneliti melakukan wawancara dengan 11 remaja akhir pengguna aktif Tiktok yang berusia 18-21 tahun dengan sebaran 5 subjek yang di wawancara di rumah subjek, 2 subjek yang diwawancara di cafe K-Space Prambanan, dan 4 subjek lainnya diwawancara melalui meet online dengan WhatsApp pada tanggal 27 April - 1 Mei 2025. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan aspek *self efficacy* oleh Bandura (1997) yang terdiri dari 3 aspek utama, yaitu *magnitude*, *generality*, dan *strength*.

Terdapat 7 dari 11 subjek yang menunjukkan gambaran pada aspek *magnitude*, yaitu keyakinan remaja dalam menghadapi berbagai tingkat kesulitan. Beberapa subjek menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kemampuan dirinya dapat berubah ketika menghadapi sesuatu yang dianggap sulit. Salah satu subjek mengatakan, “*Kalau lihat orang yang kelihatannya lebih percaya diri dan bisa melakukan sesuatu dengan gampang, kadang aku jadi mikir aku bisa ga ya. Kalau tugasnya susah juga kadang awalnya ragu, tapi tetap aku coba.*” Subjek lainnya mengatakan, “*Kalau tugasnya susah biasanya aku sempat mikir ga bisa, apalagi kalau lihat orang lain yang kayaknya gampang banget ngelakuinnya. Tapi biasanya aku coba dulu.*” Jawaban tersebut menunjukkan bahwa sebagian remaja akhir masih mengalami keraguan ketika menghadapi sesuatu yang dianggap sulit. Pengalaman melihat kemampuan orang lain melalui media sosial juga dapat

menjadi salah satu situasi yang membuat remaja akhir membandingkan kemampuan dirinya, meskipun pada akhirnya sebagian remaja akhir tetap berusaha menghadapi kesulitan tersebut.

Selanjutnya, terdapat 8 dari 11 subjek yang menunjukkan gambaran pada aspek *generality*, yaitu keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi berbagai situasi. Salah satu subjek mengatakan, *“Kalau sama teman aku biasa aja, tapi kalau harus ngomong di depan banyak orang biasanya agak grogi. Kadang kalau lihat orang yang ngomongnya lancar banget, aku jadi merasa cara ngomongku masih kurang.”* Sementara itu, subjek lainnya mengatakan, *“Kalau lihat orang yang jago ngomong atau percaya diri, aku nggak terlalu mikirin. Kalau aku harus presentasi ya tetap aku siapin dan coba sendiri.”* Jawaban tersebut menunjukkan bahwa keyakinan diri remaja akhir dapat berbeda sesuai dengan situasi yang dihadapi. Sebagian remaja akhir merasa kurang yakin ketika menghadapi situasi tertentu, terutama ketika membandingkan dirinya dengan kemampuan orang lain yang dilihat melalui media sosial, sedangkan sebagian lainnya tetap mampu mempertahankan keyakinan terhadap kemampuan dirinya.

Selanjutnya, terdapat 8 dari 11 subjek yang menunjukkan gambaran pada aspek *strength*, yaitu kemampuan remaja dalam mempertahankan keyakinan terhadap dirinya ketika menghadapi hambatan atau kegagalan. Salah satu subjek mengatakan, *“Kalau pernah gagal biasanya aku jadi takut nyoba lagi. Apalagi kalau lihat orang lain yang hasilnya bagus banget, jadi kepikiran kalau aku*

kayaknya ga bisa.” Berbeda dengan subjek tersebut, subjek lainnya mengatakan, *“Kalau gagal biasanya kecewa, tapi habis itu aku coba lagi. Kalau lihat orang yang lebih jago juga menurutku mereka memang sudah latihan, jadi aku nggak terlalu bandingin diri.”* Jawaban tersebut menunjukkan adanya perbedaan dalam mempertahankan keyakinan diri. Sebagian remaja masih mudah merasa ragu setelah mengalami kegagalan atau ketika melihat kemampuan orang lain, sedangkan sebagian lainnya dapat menerima perbedaan kemampuan dan tetap berusaha kembali.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 11 remaja akhir pengguna TikTok, dapat diketahui bahwa kondisi *self-efficacy* yang dimiliki subjek cukup beragam. Beberapa remaja akhir menunjukkan keraguan ketika menghadapi kesulitan, berada dalam situasi tertentu, maupun setelah mengalami kegagalan. Dalam beberapa pengalaman, keraguan tersebut muncul ketika remaja akhir membandingkan kemampuan dirinya dengan orang lain yang mereka lihat melalui media sosial. Namun, terdapat pula remaja akhir yang tetap yakin terhadap kemampuan dirinya dan tidak menjadikan kemampuan orang lain sebagai ukuran bagi dirinya. Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan kondisi *self-efficacy* pada remaja akhir pengguna TikTok yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Rendahnya *self-efficacy* pada remaja akhir dapat menimbulkan seperti menurunnya motivasi, lemahnya komitmen terhadap tujuan, meningkatnya stres, serta munculnya gejala depresi. Selain itu, remaja dengan *self-efficacy* rendah

cenderung menghindari tantangan karena kurangnya keyakinan terhadap kemampuan diri (Bandura, 1997). Kondisi ini juga berkaitan dengan meningkatnya kerentanan terhadap perilaku adiktif dalam penggunaan media digital (Mamnunia & Adyani, 2024), serta kesulitan dalam melakukan regulasi emosi yang dapat memicu masalah penyesuaian diri, seperti perilaku agresif dan gejala depresi (Giunta dkk., 2022). Sebaliknya, *self-efficacy* yang tinggi bagi remaja cenderung lebih mampu mengambil keputusan secara bijak, mengelola penggunaan teknologi secara positif dan bertanggung jawab, serta memiliki kesehatan mental dan kesejahteraan yang lebih baik. Hal ini karena adanya keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi berbagai hambatan dan stresor kehidupan (Cherewick dkk., 2024).

Bandura (1997), menjelaskan bahwa *self-efficacy* dipengaruhi oleh empat sumber utama, yaitu pengalaman keberhasilan, pengalaman vikarius, persuasi verbal, serta kondisi fisiologis dan afektif. Keempat faktor ini berperan dalam membangun keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan menghadapi berbagai situasi. Dalam konteks ini, persuasi verbal dipahami sebagai salah satu bentuk dukungan sosial yang dapat meningkatkan *self-efficacy* melalui dorongan, motivasi, dan ucapan positif dari lingkungan (Kleppang dkk., 2023). Dukungan sosial sendiri mencakup berbagai bentuk bantuan emosional dan psikologis, seperti perhatian, penghargaan, serta dukungan informasi yang membantu individu merasa dihargai dan lebih yakin terhadap kemampuannya (Lin

dalam Chen dkk., 2025). Persuasi verbal dapat diwujudkan melalui dukungan emosional dan masukan yang membangun (Zhang dkk., 2022), sehingga dukungan emosional menjadi komponen penting dalam memperkuat keyakinan diri. Dalam lingkungan keluarga, dukungan ini tercermin melalui komunikasi terbuka, sikap responsif, dan tidak menghakimi, yang membantu remaja merasa aman secara emosional, lebih mudah mengekspresikan diri, serta lebih siap menghadapi tantangan (Al-Khalidi, 2025).

Menurut Sarafino dan Smith (2011), dukungan emosional merupakan pemberian empati, perhatian, penghargaan, dan dorongan yang membuat seseorang merasa dihargai dan memperoleh perhatian positif dari orang lain. Dalam lingkungan keluarga, dukungan emosional tercermin melalui kehangatan, penerimaan, komunikasi terbuka, perhatian, serta respons terhadap kebutuhan emosional remaja (Radina dkk., 2019; Karni dkk., 2025). Dukungan emosional keluarga menurut Sarafino dan Smith (2011) dapat diidentifikasi melalui empat aspek, yaitu empati, kepedulian dan perhatian, penghargaan positif, serta dorongan. Bentuk dukungan tersebut dapat membantu remaja merasa aman, diterima, dan memiliki tempat untuk memperoleh dorongan ketika menghadapi berbagai tantangan.

Pentingnya dukungan emosional keluarga terhadap *self-efficacy* didukung oleh beberapa penelitian. Fitri dkk. (2021) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara dukungan emosional keluarga dan *self-efficacy* pada remaja.

Sejalan dengan itu, Hasanah dan Safitri (2023) menunjukkan bahwa dukungan emosional keluarga melalui komunikasi yang baik dan masukan positif dapat membantu remaja menghadapi masalah serta meningkatkan rasa percaya diri. Qian dkk. (2024) juga menunjukkan bahwa dukungan emosional orang tua berhubungan dengan peningkatan *self-efficacy* remaja. Dengan demikian, dukungan emosional keluarga dapat menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan keyakinan remaja terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi berbagai tantangan.

Meskipun demikian, penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji hubungan dukungan emosional keluarga dengan *self-efficacy* dalam konteks pendidikan, kesehatan mental, atau orientasi masa depan. Penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan kedua variabel tersebut pada remaja akhir pengguna TikTok masih terbatas (Conte dkk., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji hubungan antara dukungan emosional keluarga dan *self-efficacy* pada remaja akhir pengguna TikTok.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara dukungan emosional keluarga dengan *self efficacy* pada remaja akhir pengguna tiktok.

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara dukungan emosional keluarga dengan *self-efficacy* pada remaja akhir pengguna tiktok.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi perkembangan dan psikologi sosial, dengan menyoroti hubungan antara dukungan emosional keluarga dan *self-efficacy* pada remaja akhir pengguna TikTok.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya peran lingkungan terdekat dalam membantu membangun keyakinan diri yang kuat. Dengan demikian, individu diharapkan lebih mampu mengelola diri, menghadapi tekanan sosial di media, serta menggunakan media sosial secara lebih sehat, positif, dan bijak. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya dukungan emosional keluarga dalam membantu remaja meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan dirinya, khususnya dalam menghadapi berbagai tantangan di era digital.