

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada abad 21 ini salah satu karakteristik komunikasi interpersonal tidak selalu dilakukan langsung berhadapan dengan individu melainkan dapat dilakukan melalui internet dengan perantara media sosial. Adanya media sosial semua orang dapat saling terhubung seolah menjadi dekat dan tidak ada batasan jarak dan waktu. Pada abad 21 ini juga pengguna media sosial mengalami kemajuan yang sangat pesat di seluruh belahan dunia, termasuk salah satunya berada di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Cupo Nation* pada tahun 2019 tercatat dari total populasi masyarakat Indonesia sebanyak 264,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 150 juta dengan persentase 51%. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia pada abad 21 ini memiliki keaktifan yang cukup tinggi dalam penggunaan media sosial (Kompas.com 29 november 2017)

Instagram *stories* berasal dari kata “*instant*” yang dapat menampilkan foto-foto secara instan, dan “gram” dari kata “telegram” yang cara kerjanya adalah mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Burbn, Inc. Saat ini, *instagram* telah mencapai pada kisaran 700 juta pengguna aktif bulanan secara global, sebanyak 45 juta diantaranya berasal dari Indonesia. Hal ini meningkat lebih dari 50% dari tahun sebelumnya yang hanya 22 juta pengguna (kompas.com 29 November 2017) salah satu yang paling berkontribusi dalam peningkatan tersebut adalah fitur *Instagram Stories*. Fitur yang meluncur pertama kali pada Agustus 2016 ini sukses mengambil perhatian pengguna Indonesia

Instagram stories merupakan sebuah fitur layanan untuk berbagi foto, video, dan pesan dengan orang lain dengan lebih bervariasi. Postingan yang diunggah pada fitur ini akan menghilang dalam e cara otomatis pada *Stories Archive* dan dapat ditampilkan ulang di profil dalam *Stories Highlight*. *Instagram Stories* juga digunakan sebagai sarana memperluas jaringan dalam berkomunikasi serta menginformasikan tentang kegiatan atau hal-hal yang diabdikan oleh pengguna. Selain itu, sekarang ini banyak para pengguna *instagram* yang menjadikan fitur *instagram Stories* ini sebagai tempat untuk menampilkan diri.

Kehadiran *Instagram Stories* membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang public. Hal ini mengakibatkan terjadinya pergeseran budaya. Pengguna aktif *Instagram stories* tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada

orang lain melalui akunnya. Apa yang sedang dilakukan, apa yang dimakan, apa yang dipikirkan, hingga perasaan pribadi, semuanya dapat ditampilkan di *instagram stories*. Selain itu, intensitas juga menjadi factor yang memengaruhi efek dari perilaku mengunggah Instagram *Stories*.

Intensitas berarti kualitas dari tingkat kedalaman, kemampuan, kekuatan, daya atau konsentrasi terhadap sesuatu atau tingkat keseringan atau kedalaman cara atau sikap, perilaku seseorang (Morissan, 2013:118). Semakin sering individu mengakses Instagram *Stories* orang lain, maka akan menimbulkan dorongan untuk melakukan hal serupa. Peniruan ini adalah replikasi secara langsung perilaku yang diamati dan prosesnya tidak berlangsung secara otomatis melainkan dipengaruhi oleh sikap menerima dan mengagumi terhadap apa yang *diimitasi* (Morissan, 2013:102).

Selain melihat (*view*) unggahan dari pengguna lain, Instagram *stories* juga menyediakan layanan balasan (*reply*) yang ditujukan langsung kepada setiap pengunggah. *View* dan *reply* ini kemudian menjadi bentuk komunikasi yang ada di dalam Instagram *Stories*. Melalui layanan balasan ini, setiap pengguna dapat mengirimkan pesan kepada pengunggah terkait dengan isi *Instagram Stories* yang diposting. Semakin sering komunikasi ini terjadi dapat memengaruhi perilaku mengunggah Instagram *stories* pengguna lain karena ada ketertarikan terhadap hal serupa yang timbul akibat tingginya intensitas komunikasi yang terjadi. Instagram *Stories* menjadi tanda bahwa media baru mampu membentuk perilaku baru bagi penggunanya bahkan menjadikan hal yang bersifat pribadi menjadi hal yang bersifat publik karena meniru pengguna yang lain. Komunikasi yang terbentuk juga menjadi lebih kompleks dibandingkan dengan komunikasi interpersonal secara langsung. Semakin banyak komunikasi yang terjadi dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam mengunggah Instagram *Stories*.

Popularitas instagram di kalangan remaja ini dapat mengalahkan *facebook*, Hasil survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset *Piper Jaffray* terhadap responden remaja Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33% remaja berusia terdiri dari 13 sampai 19 tahun cenderung lebih banyak menggunakan instagram, sedangkan yang menggunakan twitter sebesar 20%, sehingga instagram ditempatkan menjadi peringkat kedua (Widiartanto, 2015). Sedangkan berdasarkan penelitian *CupoNation* pada tahun 2019 total pengguna instagram mencapai 56 juta atau 29,7% dari total populasi, hal ini menempatkan Indonesia sebagai pengguna terbesar ke 4 didunia.

Beberapa alasan yang utama mengapa para remaja menjadi sering menggunakan media sosial. *Pertama* ingin mendapat perhatian dari orang lain. *Kedua* yaitu remaja saat ini ketika memutuskan sesuatu kerap meminta pendapat dari rekan-rekannya di media sosial. Contohnya seperti, para remaja semakin sering untuk mengunggguh suatu foto maupun video hanya untuk ingin melihat (*View*) seberapa banyak yang mengikuti (*Followers*) merespon (*Reply*) di Instagram *Stories*.

Ketika individu mendapatkan banyak pujian berupa *stiker*, *Love*, dan *comment* di *instagram stories*, maka membuat individu menjadi merasa populer. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa media sosial menjadi indikator kepopuleran. Para remaja merasakan sebuah "kepuasan intrinsik" apabila remaja tersebut populer di media sosial. Alasan yang ketiga dapat menumbuhkan citra diri.

Media sosial sebenarnya tidak dapat mendeskripsikan pribadi seorang pengguna secara menyeluruh, maka dari itu para remaja menjadikan media sosial sebagai penumbuh citra positif. Remaja cenderung memberikan kesan yang positif saat di media sosial dan akan berharap bahwa orang lain akan melihat seperti apa yang individu harapkan. Jatmika (2013)

Berdasarkan fenomena yang terjadi ketika remaja mendapatkan banyak respon, maupun memberikan *stiker* pada *photo* maupun *video* yang diupload di *instagram stories* individu, maupun banyak *follower* yang dimiliki individu merasa dirinya berharga. Keberhargaan diri tersebut ditentukan oleh faktor persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain. Tidak hanya dapat meningkatkan harga diri saja namun juga dapat mengurangi harga diri remaja jika diberikan respon yang tidak sesuai dengan pengharapannya.

Harga diri (*Self esteem*) merupakan komponen afektif seperti mengenai perasaan, kognitif yakni pikiran dan evaluatif yang tidak hanya berupa persoalan pribadi ataupun psikologis, dan termasuk juga interaksi sosial. Individu yang kerap menggunakan media sosial akan menimbulkan perasaan senang seperti yang dikemukakan oleh Yanica (Andarwati, 2016). Intensitas adalah suatu aktivitas individu yang berkaitan dengan perasaan yang akan dilakukan secara berulang-ulang. Kesenangan individu dalam menggunakan media sosial *instagram* memungkinkan individu untuk melakukan berbagai aktifitasnya di *instagram*.

Terdapat empat aspek dalam intensitas penggunaan media sosial *instagram* seperti yang diungkapkan oleh Normasari (2004) yaitu diantaranya frekuensi, waktu pelaksanaan, durasi, materi atau hal pokok yang dilakukan oleh individu di *instagram*. Selain itu terdapat

faktor yang menimbulkan intensitas seperti yang diungkapkan Casdari (2006) meliputi faktor kebutuhan yang berasal dari dalam, faktor motif sosial, dan faktor emosional.

Individu yang sering mengakses media sosial instagram maka individu tersebut akan didorong oleh motif sosial seperti ingin mendapatkan suatu pengakuan, penghargaan dari lingkungan di mana individu tersebut berada. Maslow (Feist & Feist, 2012) mengatakan bahwa setiap individu mempunyai dua tingkatan kebutuhan akan penghargaan yakni harga diri, reputasi atau penghargaan dari orang lain. Minchinton (Anggraeni & Christia, 2010)

Memaparkan tiga aspek harga diri yakni: perasaan mengenai diri sendiri, perasaan mengenai kehidupan, perasaan mengenai hubungan dengan orang lain. Harter (Damayanti & Purnamasari, 2011) mengatakan faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu dukungan emosional, persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain, prestasi, harga diri juga mengalami peningkatan apabila individu menghadapi permasalahan, dan tidak dengan menghindari masalah, berpikir positif.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap siswa/i SMK ICB teknika Bandung yang diperoleh, 80% siswa mengatakan hal yang hampir serupa. Dalam 80% siswa mengatakan bahwa siswa ini sering membuka instagram dalam sehari dapat sampai 10 kali dalam durasi 1 jam. Selain itu siswa mengatakan sebelum subjek mengupload foto di instagram akan mengedit foto terlebih dahulu dan memikirkan *caption* yang akan di posting. Subjek juga mengatur waktu yang tepat untuk memposting foto maupun video. Subjek merasa sangat senang ketika mendapat banyak respon, akan tetapi ketika subjek mendapatkan sedikit *respond* subjek akan menghapus postingan pada instagram *story*, karena subjek malu apabila hanya mendapatkan sedikit respon di instagram *story*.

Berdasarkan hasil studi pengetahuan yang dilakukan di SMK ICB Bandung dilihat dari tingkat penggunaan instagramnya lebih tinggi dari sekolah lain, penelitian ini dilihat dari jam yang dihabiskan oleh siswa SMK ICB Bandung dalam menggunakan instagram 12 jam perhari sedangkan disekolah lain hanya 10 jam.

Karena di sekolah lain seperti SMAN 10 Bandung siswa/I menggunakan instagram hanya untuk melihat history dari followesnya dan kurang lebihnya mereka menggunakan waktu untuk membuka instagram hanya 3-5 jam perhari dikarenakan menurut mereka membuka instagram itu seperti *toxic* dan membuang waktu..

Adapun hasil *survey* penelitian ini dilihat dari kesehariannya siswa/I SMK ICB Bandung keintensitas menggunakan media sosial instagram *stories* mencapai 80% aktif menggunakan instagram story, sedangkan di SMAN 10 Bandung hanya 60% yang menggunakan media sosial instagram *stories*.

Berdasarkan uraian dan hasil studi pendahuluan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram *stories* dengan *Self esteem* Remaja.**

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah “Apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram *stories* dengan *Self esteem* remaja?”. Mengacu pada rumusan masalah tersebut maka penulis mengajukan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram *Stories* dengan *Self esteem* Remaja”.

Tujuan Penelitian

Untuk memperoleh bukti empiris tentang Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram *stories* dengan *Self esteem* pada remaja.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam kegunaan teoritis dan kegunaan praktis:

- **Kegunaan Teoritis** Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan khususnya bidang psikologi sosial dan perkembangan terkait hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram *stories* dengan *Self esteem* remaja
- **Kegunaan Praktis** Dapat memberikan informasi tentang hubungan antara media sosial instagram dengan *Self esteem* remaja, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian tentang media sosial instagram khususnya instagram *story*.