

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa awal merupakan fase perkembangan yang ditandai dengan berbagai perubahan signifikan dalam kehidupan individu, baik dalam aspek sosial, emosional, maupun profesional. Pada tahap ini, individu mulai menghadapi tantangan dalam menentukan identitas diri, merencanakan karir, serta membangun hubungan sosial yang lebih kompleks. Menurut Hurlock (1980) usia dewasa awal adalah usia 18-40 tahun ketika terjadi perubahan fisik dan psikologis serta berkurangnya kemampuan reproduktif.

Pada masa ini, individu dipenuhi ketegangan emosional, mengalami isolasi, perubahan nilai-nilai, dan penyesuaian diri terhadap pola hidup baru yang berbeda dengan masa remaja (Hurlock, 1980). Periode ini bisa menjadi masa-masa krisis di mana individu akan mempertanyakan makna struktur kehidupannya dan memicu banyak konflik serta ketidakstabilan (Jannah, 2024). Namun, tidak sedikit individu pada tahap ini mengalami kesulitan dalam mengembangkan diri dan meningkatkan efikasi diri mereka, yang dapat berdampak pada ketidakpastian arah hidup dan kurangnya kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan.

Menurut Afrilia, Nasution, Lase, Zatayumni, dan Muniroh (2025) usia dewasa awal merupakan masa penting bagi perkembangan individu. Pada tahap ini, seseorang sedang membentuk identitas diri, menetapkan tujuan hidup, dan mengembangkan hubungan sosial yang lebih kompleks. Aspek

yang penting yang berkembang pada tahap ini adalah keyakinan diri mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan tertentu.

Di Indonesia, penggunaan internet juga menunjukkan angka yang sangat tinggi. Negara ini menempati posisi ketiga sebagai negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak setelah China dan India, dengan total pengguna sekitar 212,4 juta atau sekitar 76,5% dari seluruh populasi nasional (Kusnandar, 2022). Data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020, menemukan jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 196,7 juta jiwa (73,7%) dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 266,72 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi pertumbuhan penggunaan internet sebesar 8,9% dibanding tahun 2018, yaitu sebanyak 171,17 juta jiwa (64,8%) dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta orang. Selain itu, APJII (2020) juga menjelaskan bahwa Pulau Jawa merupakan kontributor terbesar pengguna internet di Indonesia sebanyak 109,6 juta jiwa (56,4%), dimana provinsi DKI Jakarta menempati urutan pertama sebanyak 85,3%, Banten sebanyak 78,5%, Jawa tengah sebanyak 76,8%, Jawa barat sebanyak 71,6%, DI Yogyakarta sebanyak 71,1%, dan Jawa timur sebanyak 66,3%.

Selanjutnya, survei yang dilakukan oleh APJII (2020) mengenai jumlah pengguna internet berdasarkan kelompok usia, ditemukan bahwa sebanyak 16,68% berusia 13-18 tahun, 49,52% berusia 19-34 tahun, 29,54% berusia 35-54 tahun dan 4,24% berusia di atas 54 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna internet di Indonesia didominasi oleh

mereka yang berusia produktif, yaitu berkisar antara 18-40 tahun. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, Youtube, dan Facebook tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga tempat berbagi pengalaman, mengekspresikan diri, dan membangun koneksi sosial.

Menurut penelitian yang dilakukan Rahmad dan Kirana (2023) aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Whatsapp sebanyak 88,7%, selanjutnya diikuti oleh Instagram sebanyak 84,8%, Tiktok sebanyak 81,3%, diikuti dengan Telegram sebanyak 62,8%, dan untuk Facebook sebanyak 63,1%. Namun, di sisi lain, media sosial bisa menjadi sumber tekanan bagi individu. Banyak pengguna yang merasa perlu menampilkan citra diri yang sempurna atau membandingkan diri mereka dengan orang lain yang terlihat lebih sukses, lebih menarik, atau lebih bahagia (Afrilia et al., 2025). Konten yang positif, *influencer* yang menyajikan konten membangun, serta apresiasi dan pujian dari media sosial memiliki potensi untuk meningkatkan keyakinan diri, penerimaan diri, optimisme, dan kebahagiaan pengguna (Prawiro, 2024).

Keyakinan diri atau biasa disebut *self efficacy* juga menjadi aspek penting yang dipengaruhi oleh media sosial. *Self efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan tertentu (Bandura, 1997). Penggunaan media sosial yang bijak dapat membantu individu memperoleh dukungan sosial, mendapatkan *feedback* positif, serta menemukan *role model* yang dapat meningkatkan

keyakinan diri mereka. Namun, disisi lain, penggunaan media sosial yang tidak terkontrol juga dapat berdampak negatif, seperti munculnya perasaan rendah diri akibat membandingkan diri dengan orang lain atau kecemasan sosial yang berlebihan (Manik & Supriandi, 2023).

Ketika *self efficacy* meningkat melalui interaksi di media sosial, individu cenderung lebih percaya diri dalam mengeksplorasi dan mengembangkan potensinya. Hal ini juga dapat diartikan sebagai peningkatan kemampuan manusia, yang mencakup keterampilan berpikir, kreativitas, etika, dan keterampilan sejenis yang kemudian menuju tingkat yang lebih tinggi (Savage, 2002). *Self Development* bisa diklasifikasikan sebagai penyediaan kebutuhan untuk seseorang mencapai kesuksesan atau biasa dikenal dengan *n'Ach – need for achievement* (Rismayanti, 2023).

Menurut Jain, Apple, dan Ellis (2015), *self development* adalah keinginan untuk menjadi versi diri yang lebih baik setiap hari. Pengembangan diri merupakan proses jangka panjang yang dilakukan secara terus-menerus untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan individu. Kategori yang ada pada *Self development* yang perlu dimiliki oleh usia dewasa awal untuk mendukung proses pengembangan diri individu dengan memiliki pola pikir berkembang, mengembangkan visi hidup, refleksi, mampu menantang diri sendiri, serta gairah dan motivasi diri (Jain et al., 2015)

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara pada tanggal 20 Februari 2025 kepada 12 individu usia dewasa awal (18–40 tahun) yang aktif menggunakan media sosial. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 9 dari 12 individu menyatakan memiliki efikasi diri yang positif, di mana

mereka menunjukkan keyakinan terhadap kemampuan pribadi dalam menghadapi berbagai tantangan, mulai dari yang ringan hingga kompleks. Semakin besar tantangan yang dihadapi, individu justru merasa lebih termotivasi dan mampu mencari strategi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Selain itu, mereka juga memiliki kemampuan untuk mengevaluasi kegagalan yang dialami dan menggunakannya sebagai bahan refleksi untuk memperbaiki langkah selanjutnya dalam mencapai tujuan.

Sebagian besar dari mereka mengungkapkan bahwa mereka memiliki keyakinan dalam menghadapi tantangan hidup yang beragam, serta percaya pada kapasitas dirinya untuk beradaptasi dan berkembang. Sementara itu, sekitar tiga individu lainnya belum menunjukkan kondisi efikasi diri yang maksimal. Namun demikian, mereka menyampaikan bahwa saat ini mereka sedang berusaha untuk membangun kepercayaan diri dan keyakinan terhadap kemampuan diri melalui proses pembelajaran, refleksi, dan paparan terhadap konten motivasional yang ada di media sosial.

Dalam konteks penggunaan media sosial, terdapat kemungkinan timbulnya dampak yang menguntungkan dan merugikan. *Royal Society for Public Health* (RSPH) (2020), menyatakan bahwa penggunaan media sosial secara efektif dan bijak dapat memberikan dampak positif, misalnya dengan mempermudah akses informasi, mendapat dukungan emosional, membentuk komunitas, dan kegiatan bermakna lainnya, sedangkan mengenai dampak negatif penggunaan media sosial yaitu kurangnya komunikasi tatap muka, kecenderungan mengalami adiksi internet, serta dapat menyebabkan perubahan pada perilaku seseorang, misalnya seseorang menjadi *insecure*

karena menurunnya tingkat keyakinan diri individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, hal tersebut dapat menghambat individu dalam berkembang.

Riset yang dilakukan oleh Septiana, Y. (2020) menunjukkan bahwa pengalaman dan keterampilan berperan penting dalam membangun efikasi diri seseorang. Menumbuhkan keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi hal yang krusial untuk mendorong perkembangan pribadi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan media sosial. Dengan akses yang luas terhadap informasi dan berbagai sumber inspirasi, media sosial dapat menjadi alat yang mendukung individu dewasa awal dalam mengembangkan keterampilan, menambah wawasan, dan membangun jaringan sosial yang bermanfaat.

Temuan dari penelitian Dalimunthe dan Nawawi (2022) yang melibatkan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya memengaruhi efikasi diri, tetapi juga memiliki kontribusi penting dalam menstimulasi minat mahasiswa terhadap pengembangan diri. Saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi terkini, tetapi juga menjadi ruang eksploratif atau menjelajah yang memungkinkan individu menggali potensi diri dan menemukan hal-hal baru yang relevan dengan pengembangan pribadi..

Sementara untuk hasil dari penelitian mengenai *self efficacy* di salah satu Universitas Islam Sumatera tersebut memiliki pengaruh baik terhadap minat yang dimiliki oleh mahasiswa. Selain itu, efikasi diri atau biasa disebut *self efficacy* berpengaruh terhadap keyakinan mahasiswa dalam mencapai tujuan yang mereka tetapkan. Semakin tinggi keyakinan individu terhadap

kemampuannya, semakin besar pula motivasi mereka untuk berusaha dan mengembangkan potensi diri pada berbagai aspek kehidupan.

Dapat disimpulkan dari permasalahan yang telah dikemukakan bahwa individu yang berada pada fase dewasa awal yang berada pada tahap perkembangan yang menuntut mereka untuk meningkatkan kapasitas diri guna mencapai tujuan hidup yang lebih matang. Pada fase ini, individu mulai menghadapi berbagai tantangan seperti menentukan arah karir, meningkatkan keterampilan, serta membangun hubungan sosial yang lebih luas. Berkaitan dengan hal ini, *self-development* berperan sebagai faktor penting yang mendukung terbentuknya *self-efficacy* pada individu dewasa awal.

Individu yang aktif mengembangkan dirinya melalui refleksi, penetapan tujuan, dan peningkatan keterampilan akan cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi terhadap kemampuannya dalam menghadapi tantangan (Akhbar., et al 2018). Proses ini sering kali difasilitasi oleh media sosial, yang menyediakan akses terhadap informasi, inspirasi, dan komunitas pendukung. Namun, penggunaan media sosial yang tidak bijak justru dapat berdampak negatif terhadap *self development* dan berujung pada rendahnya efikasi diri, seperti menurunnya rasa percaya diri akibat perbandingan sosial. Oleh karena itu, penting bagi individu dewasa awal untuk membangun *self development* yang sehat agar dapat meningkatkan efikasi dirinya melalui penggunaan media sosial yang tepat.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self efficacy* dan *self development* pada individu dewasa awal yang menggunakan media sosial.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan teoritik pada bidang Psikologi Sosial serta mampu menambah sumbangan data bidang ilmu psikologi, terkhusus bagi ilmu psikologi mengenai *self development* dan *self efficacy* pada individu dewasa awal di media sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Pada penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami terkait hubungan *self-development* dan *self-efficacy* pada dewasa awal yang menggunakan media sosial. Selain itu, penelitian ini memperkaya wawasan akademik, mengasah keterampilan analisis data, serta menjadi referensi bagi studi serupa di bidang psikologi sosial dan psikologi positif.

b. Bagi Partisipan Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi individu dewasa awal mengenai bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara positif untuk mendukung pengembangan diri dan meningkatkan efikasi diri mereka.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini berpotensi menjadi sumber referensi bagi penelitian yang akan datang dalam mengkaji lebih lanjut tentang peran media sosial terhadap aspek psikologis lainnya, serta mengembangkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam penelitian terkait.

D. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai *self development* dan *self efficacy*. Namun, berdasarkan penelusuran referensi yang dilakukan peneliti, masih sedikit yang membahas topik yang sama dengan peneliti.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian

Peneliti	Variabel	Metode/ Instrumen	Subjek Penelitian	Letak Perbedaan
Dalimunthe, M. H., & Nawawi, Z. M. (2022).	Media Sosial dan <i>Self Efficacy</i>	Analisis Kuantitatif	Subjek penelitian terdiri dari 54 mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Penelitian ini meneliti pengaruh media sosial dan <i>self efficacy</i> terhadap minat berwirausaha, yang merupakan isu dalam konteks kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Perbedaan terletak pada fokus variabel dependen (minat berwirausaha).
Alkatiri, H., & Aprianty, R. A. (2024).	Intensitas penggunaan media sosial dan <i>quarter life crisis</i>	Kuantitatif korelasional.	344 dewasa awal di Banjarmasin Utara	Penelitian ini meneliti pengaruh media sosial terhadap <i>quarter life crisis</i> , yang merupakan isu spesifik pada dewasa awal. Perbedaan lainnya adalah fokus variabel dependen (<i>quarter life crisis</i>).
Bintang, J. M. (2023)	Penggunaan media sosial dan berbagai aspek kehidupan dewasa awal	Studi literatur	Dewasa awal secara umum.	Penelitian ini bersifat telaah pustaka, sehingga tidak memiliki kebaruan empiris seperti penelitian kuantitatif. Perbedaan lainnya adalah pendekatan metodologi yang berbeda (telaah pustaka dengan penelitian kuantitatif) dan cakupan variabel yang berbeda
Jannah, L. R., & Budiyan, K. (2024).	Penggunaan media sosial dan resiliensi	Kuantitatif korelasional dengan analisis <i>product moment</i>	Subjek penelitian ini adalah 123 subjek usia 20-34 tahun	Penelitian ini berfokus pada hubungan antara penggunaan media sosial dan resiliensi, yang menunjukkan dampak positif media sosial dalam membantu individu dewasa awal mengatasi tantangan.

Victory, J., & Sahrani, R. (2024)	Keseharian, kesejahteraan subjektif, dukungan sosial <i>online</i> dan efikasi diri	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei.	Subjek penelitian terdiri dari 411 individu dewasa awal (usia 20-30 tahun) yang aktif menggunakan media sosial dan merasa kesepian.	Penelitian ini menyoroti hubungan antara kesepian dan kesejahteraan subjektif, serta peran mediasi dari dukungan sosial <i>online</i> dan efikasi diri di kalangan dewasa awal pengguna media sosial di Indonesia.
Srivaniwati, Y. 2022	Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Kejenuhan Akademik pada Mahasiswa <i>Online</i> .	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional	Subjek penelitian terdiri dari 152 mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Makassar angkatan 2018 dan 2019 yang sedang melaksanakan kuliah <i>online</i> .	Penelitian ini menyoroti hubungan antara efikasi diri dan dukungan sosial dengan kejenuhan akademik di kalangan mahasiswa yang menjalani kuliah <i>online</i> .
Sinta Yanwar Rosah & Nur Maghfira Aesthetika 2022	<i>Podcast</i> sebagai Media <i>Content Creator</i> Meningkatkan <i>Self Development</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode observasi	Subjek penelitian terdiri dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, dengan total populasi 405 mahasiswa dan sampel 202 mahasiswa	Penelitian ini mengeksplorasi pemanfaatan <i>podcast</i> sebagai media content creator dalam konteks pengembangan diri mahasiswa. Pada penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada media sosial secara umum sebagai alat untuk meningkatkan <i>self development</i> dan <i>self efficacy</i>

Merujuk pada kajian-kajian sebelumnya, peneliti tidak mendapati adanya penelitian yang serupa dengan penelitian ini, maka dari itu terdapat beberapa perbedaan, antara lain:

1. Keaslian Topik

Topik dalam penelitian-penelitian sebelumnya melibatkan satu variabel yang serupa dan satu variabel yang berbeda dibandingkan dengan penelitian ini. Penelitian oleh Dalimunthe & Nawawi (2022) menggunakan *self efficacy* sebagai variabel tergantung dan media sosial sebagai variabel bebas. Namun, penelitian Victory & Sahrani (2024) berbeda karena menggunakan *self efficacy* sebagai variabel mediator dalam analisis mereka. Beberapa penelitian sebelumnya tidak secara khusus meneliti *self-efficacy* sebagai variabel tergantung, dan *self-development* belum dijadikan fokus utama sebagai variabel bebas dalam penelitian yang ada. Sedangkan, Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *self-development*, sementara variabel tergantung (Y) adalah *self-efficacy*.

2. Keaslian Teori

Teori dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya pada penelitian sebelumnya, teori yang digunakan berbeda seperti penelitian (Srivaniwati, 2022) menggunakan teori *self efficacy* menurut Pajares tahun (2006), namun pada penelitian ini memakai teori Bandura, A. (1997) untuk variabel *self efficacy*. Kemudian untuk variabel *self development* penelitian (Sinta & Nur 2022) memakai teori menurut James (2018). Sedangkan, pada penelitian ini menggunakan teori Jain, (2015).

3. Keaslian Alat Ukur

Penelitian (Srivaniwati, 2022) menggunakan skala *self efficacy* yang diadaptasi dari skala yang dikembangkan oleh peneliti Natalia (2013) yang merujuk pada teori Bandura (1977) dan terdiri dari 30 item pernyataan. Kemudian penelitian Sinta & Nur (2022) pada penelitian tersebut memakai skala likert sebagai bentuk perhitungan jawaban sementara terkait pemanfaatan *podcast* sebagai *media content creator*. Sedangkan, pada penelitian ini skala *self efficacy* yang digunakan peneliti yaitu modifikasi skala likert yang dimodifikasi dari Fadila (2021) aitem berjumlah 28 kemudian untuk skala *self development* yang digunakan peneliti yaitu skala likert yang dimodifikasi dari Rismayanti (2023) aitem yang tersedia berjumlah 32 pada skala *self development*.

4. Keaslian Subjek Penelitian

Penelitian ini memiliki pembeda dengan penelitian sebelumnya dari segi partisipan, pada penelitian ini menggunakan partisipan usia dewasa awal yang menggunakan media sosial. Sementara itu, penelitian sebelumnya menggunakan subjek yang berbeda, seperti studi yang dilakukan oleh Dalimunthe & Nawawi (2022) yang meneliti mahasiswa Universitas Islam Negeri di kota Sumatera yang memakai akun aktif media sosial. Selain itu, penelitian oleh Sinta & Nur (2022) melibatkan partisipan mahasiswa yang berperan sebagai *content creator* dalam *platform podcast*.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan penelitian ini memiliki keaslian yang kuat dan memiliki pembeda dengan penelitian lain yaitu dari segi topik penelitian, ruang lingkup subjek penelitian dan teori yang digunakan.