

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat. Terlepas antara jarak, waktu ataupun tempat. Salah satu aspek kemajuan teknologi adalah kecanggihan internet, sehingga dengan adanya internet individu bisa menggunakan media sosial. Pada Tingkat dunia, Indonesia menjadi pengguna media sosial terbanyak. Indonesia tidak hanya negara terbesar di dunia, namun juga negara yang mengalami pertumbuhan *tren* penggunaan teknologi (Prambors, 2023).

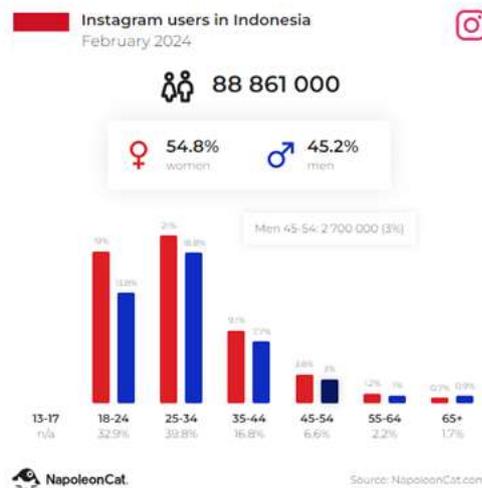
Kemajuan media sosial memiliki dampak baik bagi manusia karena memberikan kemudahan untuk melakukan komunikasi tanpa harus bertatap muka. Manusia telah menciptakan cara baru untuk berinteraksi melalui media sosial yang tidak memerlukan pertemuan secara fisik. Perkembangan pesat media sosial mendorong timbulnya berbagai *platform* seperti Instagram, Facebook, Twitter, Skype, dan lainnya (Pradita & Kristanty, 2018).

Instagram salah satu aplikasi media sosial populer di dunia dengan jutaan pengguna aktif setiap hari. *Platform* ini menjadi tempat yang lazim untuk mengunggah foto dan video, mengikuti selebriti *favorit*, dan terhubung dengan teman serta keluarga. Dengan fitur-fitur yang menarik seperti *Stories*, *Reels*, dan IGTV. Instagram menawarkan sesuatu yang baru

untuk memuaskan penggunanya. Pada oktober 2023 Instagram sebagai salah satu aplikasi global di dunia karena Instagram terus menjaga konsistensi, pembaruan fitur, dan pertumbuhan pengguna yang pesat. Instagram tetap menjadi *platform* yang relevan dan menarik bagi pengguna di seluruh dunia (Julius, 2024).

Menurut Wikipedia menyatakan bahwa Instagram adalah sebuah *platform* media sosial yang dimiliki oleh perusahaan Amerika yang bernama *meta platforms*. Instagram adalah layanan untuk berbagi foto dan video serta penggunanya bisa menyunting foto atau video yang dibagikan dengan filter, menambahkan tagar dan penanda geografis. Seiring berjalannya waktu, Instagram merubah aplikasinya menjadi aplikasi yang menerima kritik dan saran (kolom komentar). Unggahan di Instagram bisa dibagikan secara umum atau *privat*. Pengguna Instagram bisa menjelajahi konten berdasarkan tagar dan lokasi, melihat *tren*, memberi suka dan mengikuti pengguna lainnya.

Sejalan dengan data yang diungkapkan oleh Indonesia social media statistic (2024) menyatakan bahwa Instagram menjadi *platform* media sosial paling banyak diakses di Indonesia pada tahun 2024, dengan 84,80% pengguna internet (173,59) bergabung.



Gambar 1.1 Pengguna Instagram Di Indonesia Pada Bulan Februari 2024

Menurut data Napoleon cat (2024) menyatakan bahwa jumlah pengguna instagram di indonesia sebanyak 88.861.000 atau setara dengan 31,6% dari total penduduk Indonesia. Pengguna instagram yang mendominasi yaitu perempuan sebanyak 54,8% sedangkan laki-laki sebanyak 45,2%. Jumlah terbesar pertama berada paada usia 25-34 tahun sebanyak 39,8%, jumlah terbesar kedua berada pada usia 18-24 tahun sebanyak 32,9%, dan jumlah terbesar ketiga berada pada usia 35-44 tahun sebanyak 16,8%.

Menurut jumlah terbesar pertama hingga ketiga pada pengguna instagram di tahun 2024, kelompok usia tersebut termasuk kedalam usia dewasa awal. Menurut Hurlock (1994) menyatakan bahwa dewasa awal dimulai pada usia 18 tahun sampai kira-kira usia 40 tahun. Usia dewasa awal mencakup perubahan secara fisik dan psikologis terjadi serta penurunan dalam kemampuan reproduktif. Ciri-ciri dewasa awal yaitu penyesuaian diri dimana memerlukan proses adaptasi terhadap pola hidup, harapan sosial,

dan peran baru. Ciri selanjutnya yaitu pembentukan sikap dan nilai baru sesuai dengan tanggung jawab yang diambil.

Menurut Michener (Aulia Asyari & Nurmina, 2024) menyebutkan bahwa jati diri yang ditampilkan di dunia maya seringkali menampilkan yang diri yang ideal atau yang dibayangkan bukan jati diri yang asli. Hal ini merupakan konsep presentasi diri tidak autentik karena individu memodifikasi penampilan atau citra diri agar terlihat menarik sesuai dengan harapan atau norma sosial. Misalnya, mereka menggunakan filter, editing foto, atau memilih gaya tertentu yang terlihat menarik supaya terlihat lebih menarik. Fenomena ini menciptakan perbedaan antara identitas asli dan identitas yang ditampilkan sehingga mempengaruhi persepsi.

Pengguna Instagram bersaing memamerkan sisi positif pada diri mereka supaya menampilkan kesan yang baik. Fokusnya mereka hanya menampilkan sisi positifnya sehingga sisi negatifnya disembunyikan. Hal ini mencerminkan sebuah dramaturgi dimana individu memainkan peran tertentu di panggung media sosial untuk menunjukkan strategi dalam melakukan interaksi (Pradita, dkk 2018).

Menurut Kertamukti & Nugroho (2019) yang menyatakan bahwa pengguna instagram cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk berbagi serta menampilkan dirinya secara unik, sehingga memainkan peran tertentu. Memainkan peran tertentu pastinya memiliki tujuan untuk kesan yang ingin ditampilkan secara sempurna dihadapan orang lain yang disebut sebagai manajemen kesan atau presentasi diri (Handayani, 2017).

Presentasi diri adalah kemampuan individu untuk mengungkapkan gagasan yang diinginkan agar orang lain memperoleh perasaan dan motivasi yang ingin diungkapkannya dalam kegiatan sosialnya. Individu yang mengalami Presentasi diri bisa dalam keadaan sadar atau tidak sadar ketika melakukannya. Fokus utama pada presentasi diri adalah untuk menetapkan *image public* terkait diri kita sesuai dengan apa yang diharapkan oleh kita. Dengan melakukan Presentasi diri maka bisa menjadi ciri khas atau atribut diri meskipun pada kenyataannya tidak memilikinya (Thabroni, 2022).

Menurut penelitian Arnani (2023) menyatakan bahwa presentasi diri online ini berhubungan dengan beberapa variabel seperti harga diri, tipe kepribadian, dan *body image*. Individu yang melakukan presentasi diri di Instagram membutuhkan cara untuk memperhatikan penampilannya. Cara yang dilakukan disusun sebaik mungkin untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan.

Menurut Mu'awanah (2014) menyebutkan bahwa harga diri adalah kondisi individu dalam menilai dirinya sendiri. individu yang memiliki tingkat harga diri tinggi maka akan merasa berharga dan menerima dirinya sendiri. sementara, individu yang memiliki tingkat harga diri rendah akan menilai dirinya sendiri tidak berharga dan tidak menerima dirinya sendiri.

Sejalan dengan hasil penelitian Zenita (2019) bahwa adanya hubungan yang positif antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram. Dalam artian, semakin tinggi tingkat harga diri

seseorang, maka semakin aktif dalam mempresentasikan dirinya di instagram.

Tanggal 12 Januari 2024 peneliti melakukan wawancara kepada 3 orang dengan inisial NA usia 20 tahun, FT usia 21 tahun dan DA usia 30 tahun. Hasil wawancara yang telah dilakukan mendapatkan kesimpulan bahwa individu yang menggunakan media sosial Instagram mempresentasikan dirinya dengan berbagai kesan yang ingin ditampilkan. Kesan yang ditampilkan sesuai dengan kebutuhan individu, yaitu mempresentasikan dirinya di Instagram karena Instagram memiliki banyak filter dan Instagram merupakan sebuah media sosial yang lebih eksklusif daripada media sosial lainnya, sehingga untuk menampilkan diri di Instagram lebih percaya diri. Selain itu mempresentasikan diri di Instagram juga memiliki tujuan untuk memberikan kesan (*branding*) diri untuk karir kedepannya dan tujuan mempresentasikan diri di Instagram lainnya memiliki tujuan untuk bisnis yang dijalankan supaya berjalan lancar dan semakin banyak juga orang tertarik pada bisnis yang sedang dijalani.

Sejalan dengan penelitian Rarasati, Hudaniah, dan Prasetyaningrum (2019) menyatakan bahwa Instagram merupakan alat untuk melakukan presentasi diri. Presentasi diri yang berlebihan maka akan menampilkan *false self* atau representasi diri yang tidak *autentik*, berbeda dengan identitas sejatinya. Individu memiliki cara yang berbeda-beda untuk melakukan presentasi diri berdasarkan tujuan yang dimaksud.

Menurut Digital Works & Raymer (2015) menyatakan bahwa intensitas individu dalam menggunakan Instagram akan sebanding dengan harga diri penggunanya. Faktor presentasi diri salah satunya harga diri. Sejalan dengan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa melakukan presentasi diri di sosial media, contohnya di Instagram maupun *facebook* berkaitan dengann harga diri Mehdizadeh (2010). Dari beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel harga diri dengan presentasi diri belum banyak penelitian yang menggunakan subjek pengguna instagram, sedangkan menurut data statistic Indonesia pada tahun 2024 instagram menjadi media sosial terpopuler di Indonesia. Kemudian dari kriteria subjek penelitian memiliki perbedaan yaitu dengan menggunakan subjek pengguna Instagram dewasa awal.

Menurut penjelasan di atas, ditarik kesimpulan bahwa menampilkan diri di Instagram membutuhkan strategi untuk mencapai kesan yang diinginkan. Individu yang menampilkan diri dengan tingkat harga diri yang tinggi maka akan mempresentasi diri secara positif karena bisa memilih dan memilah terkait apa yang harus di tampilkan di media sosial. Semntara individu yang memiliki tingkat harga diri yang rendah bisa menurunkan kepercayaan diri utnuk menampilkan dirinya di instagram.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian dengan judul “Hubungan antara harga diri dengan presentasi diri di Instagram” menjadi topik yang menarik untuk dibahas, yang memiliki tujuan untuk mengeksplorasi keterkaitan antara variabelnya..

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris terkait hubungan harga diri dengan presentasi diri pada pengguna Instagram.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hendaknya penelitian ini bisa menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan di bidang psikologi sosial, khususnya dalam mengkaji hubungan harga diri dengan presentasi diri pada pengguna Instagram.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, pengembangan serta pengalaman bagi penulis dalam memahami suatu hubungan permasalahan khususnya dalam pelaksanaan penelitian.

b. Bagi Peneliti selanjutnya

Hendaknya bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, Sehingga bisa mengembangkan kembali penelitian ini dengan menggunakan faktor lainnya.

D. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini mengacu kepada beberapa penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan variabel penelitian, kriteria subjek, jumlah dan metode analisis yang digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh penulis

adalah hubungan harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram.

Penelitian Oktaviani (2019) dengan judul “Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram.” Penelitian ini menggunakan uji korelasi yang melibatkan hubungan variabel tergantung dan variabel bebas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan penerimaan diri dengan harga diri pada remaja pengguna instagram di kota samarinda.

Penelitian Pratama & Khairulyadi (2019) dengan judul “Representasi Diri Remaja Dalam Media Sosial Instagram” subjek penelitiannya yaitu remaja kota Lhokseumawe dengan jumlah *followers* dari 11.200 dan 6.407. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja kota Lhokseumawe yang menggunakan instagram menampilkan kesan berbeda-beda sesuai dengan tujuan yang dimaksud.

Penelitian Safitri & Jayanti (2023) dengan judul “Harga Diri Dan Kecemasan Memilih Pasangan Hidup Wanita Dewasa Awal Fase *Quarter Life Crisis*” subjek yang digunakan sebanyak 110 wanita dewasa awal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara harga diri dan kecemasan memilih pasangan hidup wanita dewasa awal fase *quarter life crisis*

Penelitian ini menggunakan judul “Hubungan Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram”. Subjek penelitian ini pengguna instagram dewasa awal dengan menggunakan metode kuantitatif

korelasional dengan teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Hipotesis penelitian ini adanya Hubungan positif antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram.

1. Keaslian Topik

Beberapa penelitian yang telah ada, topik yang diangkat oleh penelitian sebelumnya banyak berbeda pada subjeknya. Arifin (2017) dengan judul “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Kebumen” sedangkan peneliti ini menggunakan pengguna Instagram dewasa awal.

Penelitian dari Oktaviani (2019) dengan judul “Hubungan Penerimaan Diri Dan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram” yang membedakan dengan penelitian ini yaitu variabel bebas menggunakan harga diri sedangkan subjek penelitian menggunakan dewasa awal.

2. Keaslian Teori

Keaslian teori menggunakan teori presentasi diri dari Michikyan (2014). Presentasi diri adalah individu yang mengekspresikan dengan berbagai perilaku berbeda dari *self* atau diri. Aspek-aspeknya yaitu *real self* (diri yang autentik) ataupun *ideal self* (diri yang memiliki harapan dan keinginan) dan aspek *false self* (diri yang tidak autentik).

Sedangkan teori harga diri menggunakan teori dari Rosenberg (1965) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi baik dan buruknya pada diri. Aspek dari harga diri yaitu Aspek penerimaan diri

yaitu menerima diri sendiri baik dan buruknya. Aspek yang kedua yaitu aspek penghormatan diri yaitu memiliki perasaan diterima menjadi dirinya sendiri dalam sebuah kelompok.

3. Keaslian Alat Ukur

Instrumen pada penelitian ini yaitu skala presentasi diri dari teori Michikyan (2014) yang memiliki aspek *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Sedangkan skala harga diri dari teori Rosenberg (1965) yang memiliki aspek penghargaan diri dan penghormatan diri.

4. Keaslian Subjek Penelitian

Keaslian subjek penelitian ini yaitu pengguna media sosial Instagram sedangkan penelitian yang terdahulu menggunakan subjek pengguna Instagram di Kebumen, contohnya penelitian (Arifin, 2017). Dan pada penelitian (Islami, Merida & Novianti 2022) menggunakan subjek remaja pengguna TikTok.