

BAB 1

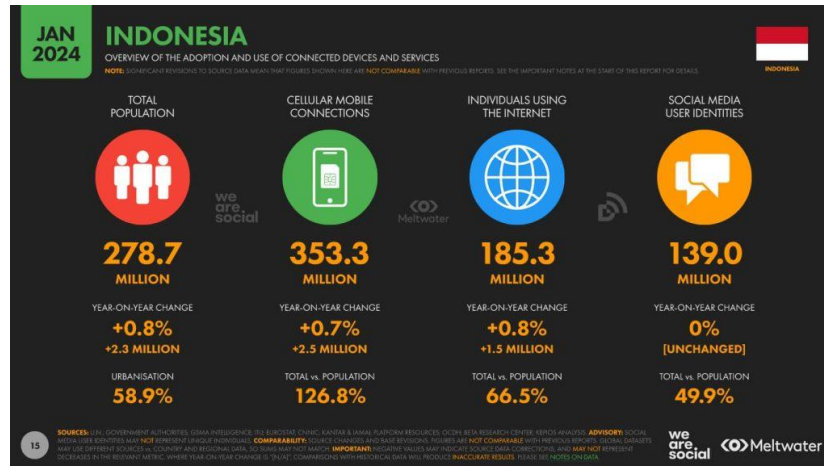
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan sarana berkomunikasi dan berbagi informasi yang telah mengubah pola interaksi manusia di era digital. Melalui media sosial, pengguna dapat membangun suatu relasi tanpa adanya batas geografis dan temporal. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial untuk berbagi konten, berkolaborasi, dan membangun komunitas virtual (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Media sosial saat ini sangat memudahkan penggunaannya dalam melakukan komunikasi lewat berbagai aplikasi seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Line, TikTok, dan sebagainya. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas tanpa harus mengungkapkan identitas dirinya secara lengkap. Hal ini dikarenakan dalam web khususnya media sosial sangat mudah memalsukan jati diri atau melakukan kejahatan siber tanpa konsekuensi langsung (Putri, Nurwati & Budiarti, 2016). Oleh karena itu, pengguna media sosial dapat dengan mudah memalsukan identitas dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu, termasuk untuk melakukan tindakan agresif tanpa takut akan identifikasi dan pertanggungjawaban sosial.

Berdasarkan hal tersebut, media sosial masih menjadi daya tarik yang kuat di Indonesia, seperti Youtube, Facebook, WhatsApp, dan Instagram yang mendominasi penggunaan harian masyarakat. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh We Are Social pada bulan Januari 2024, dikabarkan bahwa Indonesia terdapat 139 juta identitas pengguna media sosial. Angka tersebut setara dengan 49,9% total populasi Indonesia, menunjukkan penetrasi yang sangat signifikan. Dikutip dari We Are Social (2024), Indonesia menduduki sebagai salah satu negara pengguna dengan jumlah terbanyak Instagram di dunia, dan 85,3% diantaranya adalah pengguna aktif layanan Instagram dengan rentang waktu penggunaan rata-rata

selama 3 jam 11 menit dalam sehari, yang mengindikasikan tingkat keterlibatan yang sangat tinggi.



Gambar 1.1 Data pengguna internet dan media sosial pada tahun 2024 di Indonesia (sumber : We Are Social)

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbasis visual dengan fitur berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Mahendra, 2017). Instagram dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan saat ini diambil alih dan dikembangkan oleh Meta Platforms (sebelumnya Facebook Inc.) sejak tahun 2012 (Databoks, 2018).

Pada sosial media Instagram ini, foto atau video yang mereka bagikan nantinya akan muncul dalam feed pengguna yang sudah menjadi followers orang tersebut. Tetapi bisa juga konten tersebut muncul pada pengguna yang belum menjadi followers mereka di dalam fitur explore atau reels, memperluas jangkauan konten secara eksponensial. Selanjutnya setiap pengguna juga dapat berinteraksi dengan cara membuka kolom komentar dan juga memberikan respon like, save, atau share terhadap foto atau video yang dibagikan. Seperti dengan yang ditulis oleh Elausta (2019) yang mengatakan bahwa Instagram merupakan aplikasi yang menekankan penggunaan foto dan video sebagai pusat dari fungsi sebuah media sosial, berbeda dengan platform berbasis teks seperti Twitter atau Facebook.

Pada tahun 2024, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis laporan survey yang bertajuk "Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia". Berdasarkan laporan survey tersebut, Instagram menjadi media sosial yang paling sering dikunjungi oleh Generasi Z dan berada pada tingkat pertama dengan perolehan persentase 51,9%, mengalahkan platform lain seperti TikTok, Facebook, dan Twitter dalam hal frekuensi penggunaan oleh kelompok usia ini.



Gambar 1.2 Hasil Survei Media Sosial Paling Sering Dikunjungi
(sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2024)

Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir dimulai dari tahun 2001 sampai tahun 2010 (terdapat variasi definisi dari berbagai sumber), yang berprofesi sebagai siswa, mahasiswa, pekerja, bahkan orang tua muda. Karakteristik generasi ini adalah mereka tumbuh ketika teknologi digital sudah berkembang dengan pesat, dimana personal komputer, ponsel pintar, internet berkecepatan tinggi, dan juga perangkat gaming sudah lumrah digunakan dalam kehidupan sehari-hari sejak masa kanak-kanak. Dengan itu, Instagram merupakan salah satu platform yang populer dan digunakan oleh hampir semua Generasi Z sebagai bagian integral dari kehidupan sosial mereka. Generasi Z cenderung menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun identitas digital, personal branding, dan ruang untuk mengekspresikan diri mereka secara autentik atau kurasi. Mereka juga menikmati konten yang menghibur, terlibat dalam aksi sosial dan aktivisme digital, dan dapat mempersonalisasi identitas digital mereka melalui platform ini dengan berbagai fitur seperti stories, reels, dan IGTV (Kartini, 2024).

Salah satu kategori Generasi Z yang menjadi fokus penelitian ini adalah remaja. Remaja merupakan masa transisi dari masa perkembangan anak dan dewasa

yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional yang signifikan (Santrock, 2007). Pada masa ini keadaan emosi remaja masih cenderung labil karena erat hubungannya dengan keadaan hormon yang berfluktuasi dan perkembangan otak yang belum matang sepenuhnya, khususnya di area prefrontal cortex yang mengatur kontrol impuls dan pengambilan keputusan. Emosi remaja lebih mendominasi dan menguasai diri mereka dibandingkan pikiran yang realistis dan rasional (Mansur, 2009). Hurlock (1980) membagi masa remaja yakni remaja awal pada umur 13-16 tahun (masa sekolah menengah pertama hingga awal menengah atas), dan remaja akhir pada umur 17-21 tahun (masa akhir sekolah menengah atas hingga awal perguruan tinggi). Sementara itu di Indonesia, masa remaja masih merupakan masa belajar di sekolah, umumnya mereka masih di Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas hingga Perguruan Tinggi. Negara Indonesia menetapkan bahwa remaja berawal dari umur 14-24 tahun menurut definisi Kementerian Kesehatan RI (Monks, Knoers, dan Haditono, 2006).

Besarnya dampak media sosial instagram tidak hanya memberikan dampak positif seperti konektivitas sosial, akses informasi, dan pengembangan kreativitas, tetapi juga memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap remaja, terutama dalam hal perilaku sosial. Adanya media sosial Instagram membuat sebagian remaja menyalahgunakan platform ini untuk melakukan berbagai tindakan yang merugikan dan melanggar norma sosial. Salah satu tindakan yang paling sering dilakukan oleh pengguna, khususnya remaja, yakni tindakan agresivitas verbal atau menggunakan kata-kata kasar untuk menghina orang lain, mencaci maki, mengumpat, *cyberbullying*, *body shaming*, *hate speech*, dan *catcalling* di dalam kolom komentar pada media sosial instagram. Kemudahan berkomentar dengan bersembunyi dibalik anonimitas akun media sosial atau menggunakan akun palsu membuat banyak orang merasa bebas mengutarakan kebencian mereka terhadap orang lain, dengan anggapan bahwa apa yang mereka tulis merupakan hal yang wajar atau bahkan bentuk kebebasan berekspresi. Penggunaan media sosial Instagram yang intensif dapat membuat remaja menjadi ketergantungan yang sedikit demi sedikit membawa seseorang ke suatu pola budaya digital yang baru dan menentukan pola pikir serta nilai-nilai mereka. Dalam hal pola pikir,

pengalaman dan eksposur di media sosial akan mempengaruhi sikap dan perilaku individu termasuk kecenderungan untuk berperilaku agresif.

Bandura (2012) menjelaskan bahwa agresivitas merupakan hasil dari proses belajar sosial melalui pengamatan terhadap dunia sosial. Pemicu terjadinya agresivitas yakni ketika seseorang mengalami satu kondisi emosi tertentu yang dimana sering terjadi yaitu emosi marah. Perasaan marah akan mendorong seseorang untuk melampiaskannya dalam bentuk tertentu dengan objek tertentu. Buss dan Perry (dalam Hamilton, 2012) menyebutkan bahwa agresivitas sebagai suatu perilaku yang dapat menyakiti orang lain baik secara fisik maupun psikologis dengan niat. Perilaku ini cenderung mengarah ke negatif karena dilakukan secara kasar dalam mengungkapkan pikiran, perasaan, kehendak, serta tindakan.

Seseorang dengan agresivitas akan menunjukkan beberapa perilaku menurut Bower (2015), seperti: 1) menyinggung perasaan orang lain, 2) banyak berbicara, serta membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan dirinya, 3) memiliki tatapan yang tidak ekspresif, merendahkan orang lain dan selalu memalingkan muka, 4) selalu membanggakan dirinya ketika dipuji orang lain dan membuat orang yang memberi pujian tersinggung, 5) bersikap ingin menang sendiri dan sering membuat opini namun tidak diikuti dengan bukti atau pengetahuan yang jelas, 6) menyerang orang yang tidak sependapat dengan dirinya, selalu mengintimidasi, mendominasi, dan juga terlalu mengontrol orang lain, 7) selalu mengungkapkan ketidaksetujuannya dengan menyerang sampai membuat orang lain merasa tersinggung, 8) selalu menyampaikan sesuatu dengan amarah yang tidak terkontrol

Mereka yang berperilaku agresif juga sering melecehkan dan melakukan penekanan terhadap orang lain tanpa mempedulikan perasaan orang lain dikarenakan individu tersebut merasa dirinyalah yang pantas dihargai. Agresivitas merujuk pada perilaku yang bertujuan untuk membuat objek sasaran mengalami bahaya atau penderitaan. Agresivitas dapat dilakukan melalui fisik bahkan juga verbal. Seperti yang dijelaskan Umi Kulsum dan Mohammad Jaubar (2014) agresif merupakan tingkah laku pelampiasan perasaan frustrasi yang ditunjukkan untuk melukai pihak lain baik secara fisik ataupun psikologis melalui perlakuan verbal maupun on verbal, untuk mengatasi perlawanan ataupun menghukum orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Slater (2003) menyatakan bahwa individu yang mudah terpancing emosinya untuk melakukan tindakan agresivitas adalah remaja, karena remaja masih labil dan belum memiliki konsep diri yang kuat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Satrio (2014) menjelaskan bahwa media sosial memberikan sumbangan sebesar 32,56% terhadap terbentuknya agresivitas. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2017) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara penggunaan media sosial dengan tingkat agresivitas remaja ($r = 0,975$ dan $p = 0.000$). Hal ini dapat dilihat bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas remaja

Arum (2021) mengatakan timbulnya perilaku agresivitas pada remaja, tentu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni faktor sosial, kebudayaan, situasional, sumberdaya, media sosial dan personal. Faktor personal pada diri manusia tentu didasari oleh suatu kepribadian, dimana setiap kepribadian individu mempunyai tipe yang berbeda-beda. Setiap individu dalam berorientasi terhadap dunia luar pasti memiliki cara yang berbeda, dimana hal ini tergantung dengan tipe kepribadian orang tersebut.

Kepribadian telah dikonsepsikan dari bermacam-macam perspektif teoritis yang masing-masing berbeda tingkat keluasannya (McAdams dalam John dan Srivastava, 2020). Masing-masing tingkatan ini memiliki keunikan dalam memahami perbedaan individu dalam perilaku dan pengalamannya. Namun, jumlah sifat kepribadian dan skala kepribadian dirancang tanpa henti (Goldberg dalam John dan Srivastava, 2021).

Psikologi kepribadian memerlukan model deskriptif atau taksonomi mengenai kepribadian itu sendiri. Salah satu tujuan utama taksonomi dalam ilmu pengetahuan adalah untuk menyederhanakan definisi yang saling tumpang tindih. Oleh karena itu, dalam psikologi kepribadian. Suatu taksonomi akan mempermudah para peneliti untuk meneliti sumber utama karakteristik kepribadian daripada hanya memeriksa ribuan atribut berbeda-beda yang membuat setiap individu berbeda dan unik (John dan Srivastava, 1999)

Big Five Personality merupakan pendekatan dalam psikologi kepribadian yang mengelompokkan *trait* kepribadian dengan analisis faktor. Tokoh pelopor tipe kepribadian ini yakni Allport dan Cattell. *Big Five Personality* ini merupakan suatu pendekatan yang digunakan dalam psikologi untuk melihat kepribadian manusia melalui *trait* yang tersusun dalam lima tipe dominan kepribadian yang telah dibentuk dengan menggunakan analisis faktor, diantaranya yakni *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experiences*.

Trait-trait dalam domain-domain dari *Big Five Personality* Costa & McCrae (2012) adalah sebagai berikut; Faktor pertama adalah *neuroticism*. Yang dimana faktor ini juga disebut dengan *negative emotionally*. Tipe kepribadian yang bersifat kontradiktif yang menyangkut kestabilan emosi dan identik dengan segala bentuk emosi yang negatif seperti muncul perasaan cemas, sedih, tegang, dan gugup. Sedangkan individu dengan neurotisme tinggi lebih rentan terhadap gangguan psikologis seperti kecemasan dan depresi. Sebaliknya, jika orang dengan skor *neuroticism* yang rendah umumnya lebih optimis, percaya diri, stabil secara emosional, mampu mengelola stres dengan baik, dan bisa bekerja di bawah tekanan.

Kedua, *extraversion* merupakan tipe kepribadian yang menyangkut hubungan individu dalam menghadapi kehidupan sosial, bagaimana individu menjalin hubungan dengan dunia luar. Jika skor *extraversion*-nya tinggi, orang tersebut kemungkinan suka keramaian, mudah berteman, dan suka menjadi pusat perhatian. Intinya, mereka akan merasa berenergi saat berada dalam situasi sosial. Namun, jika skor *extraversion* rendah, biasanya orang tersebut adalah individu yang lebih pendiam, tertutup, suka menghabiskan waktu seorang diri, tidak suka basa-basi, tidak suka keramaian, dan tidak nyaman menjadi pusat perhatian.

Ketiga, *openness to experience* adalah dimensi kepribadian yang mencerminkan keterbukaan seseorang terhadap sesuatu dan pengalaman baru. Menurut Costa dan McCrae (2012), individu dengan skor tinggi pada keterbukaan lebih mungkin untuk tertarik pada seni, emosi, dan pemikiran abstrak.. Sebaliknya, orang yang skornya rendah dalam tipe kepribadian *openness*, biasanya adalah sosok yang lebih tradisional, tidak suka perubahan, kurang minat untuk mencoba hal-hal baru, dan tidak terlalu imajinatif.

Keempat, *agreeableness* merupakan mereka yang memiliki keramahan tinggi cenderung memiliki hubungan interpersonal yang baik dan bersifat kooperatif dalam kerja sama tim. seseorang dengan skor *agreeableness* yang tinggi kebanyakan adalah orang yang penuh empati, bisa dipercaya, peduli dengan kesejahteraan orang lain, dan siap membantu orang lain yang membutuhkan pertolongan. Sebaliknya, skor *agreeableness* yang rendah umumnya menunjukkan karakteristik orang yang lebih egois, manipulatif, keras kepala, sulit untuk memaafkan orang lain, tidak mudah berempati, dan sering menyimpan dendam.

Kelima, *conscientiousness*. Seseorang yang memiliki tingkat ketekunan yang tinggi biasanya sukses dalam karier dan memiliki hubungan yang stabil karena kedisiplinan dan tanggung jawabnya. Tipe kepribadian ini yang mengidentifikasi sejauh mana individu memiliki sikap yang hati-hati dalam mencapai suatu tujuan tertentu yang terlihat dari sikap dan perilakunya. Tetapi sebaliknya, jika seseorang yang rendah skornya dalam dimensi kepribadian *conscientiousness* cenderung memiliki sifat yang lebih impulsif, kurang terstruktur, dan sering mengalami kesulitan untuk fokus pada tujuannya

Tabel 1.1 Big Five Personality

Aspek	Tingkat	
	Tinggi (+)	Rendah (-)
<i>Neuroticism</i>	<i>Reactive</i>	<i>Resilient</i>
<i>Ekstraversi</i>	<i>Extrovert</i>	<i>Introvert</i>
<i>Openness to Experience</i>	<i>Explorer</i>	<i>Preserver</i>
<i>Agreeableness</i>	<i>Adapter</i>	<i>Challenger</i>
<i>conscientiousness</i>	<i>Focused Person</i>	<i>Flexible Person</i>

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yolanda (2020) membuktikan bahwa *Big Five Personality* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pada remaja, dimana dimensi *neuroticism*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* sangat berperan dalam menentukan tingkah laku agresif seseorang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Eysenck (dalam Feist dan Feist, 2010) bahwa sifat dari kepribadian adalah bipolar dan mengikuti distribusi normal (*bell curve*), yaitu kebanyakan individu memiliki skor yang berada dekat dengan titik tengah setiap sifat dan hanya sedikit individu yang memiliki skor pada titik

ekstrem. Dalam buku *Theories of Personality* (Feist dan Feist, 2010) mengatakan bahwa pola-pola dari trait yang relatif permanen dan memiliki karakter unik secara konsisten pada akhirnya memunculkan pola perilaku individu yang dapat diprediksi. Kepribadian yang relatif menetap (*stable*) cenderung mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan predisposisi trait mereka serta merespon tujuan dan tuntutan lingkungan yang diberikan terhadap seseorang dengan cara yang konsisten.

Penelitian mengenai perilaku agresivitas di media sosial telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada bentuk dan faktor eksternal yang memicu agresivitas, bukan pada karakteristik kepribadian individu sebagai faktor disposisional yang mendasari perilaku tersebut. Sulubere dan Anjar (2023) serta Afriany (2019) meneliti agresivitas verbal pengguna Instagram terhadap selebgram, dan menemukan bahwa komentar negatif muncul akibat faktor sosial seperti provokasi dan konformitas kelompok, tetapi belum meninjau peran kepribadian sebagai faktor disposisional yang dapat memprediksi kecenderungan individu berperilaku agresif. Langi dan Wakas (2020) juga menggambarkan fenomena agresivitas verbal di media sosial dari perspektif perilaku, namun belum menautkannya dengan model kepribadian yang komprehensif seperti *Big Five Personality* yang telah diakui secara luas dalam psikologi kepribadian.

Di sisi lain, beberapa penelitian telah mengkaji aspek kepribadian remaja dalam konteks penggunaan media sosial secara umum. Misalnya, Rahmatullah, Savara, Salsabila, dan Rahmasari (2025) menunjukkan bahwa *Big Five Personality* berkaitan dengan kesehatan mental remaja di era media sosial, sedangkan Malik, Aditya, dan Saudi (2024) menemukan variasi dimensi kepribadian pada pengguna media sosial dewasa awal. Namun, kedua penelitian tersebut tidak menyoroti bagaimana perbedaan kepribadian dapat memengaruhi perilaku agresif daring, khususnya di platform instagram yang memiliki karakteristik unik dalam hal ekspresi visual dan interaksi publik melalui komentar.

Selain itu, Salahuddin, Taibe, dan Minarni (2024) meneliti pengaruh *self-control* terhadap agresivitas verbal pada remaja pengguna Instagram dan menemukan bahwa kontrol diri memiliki peran penting dalam menekan perilaku

agresif. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan potensial antara dimensi *conscientiousness* dalam *Big Five Personality* dengan pengendalian agresi, meskipun penelitian tersebut tidak menguji model kepribadian secara langsung dan komprehensif. Sementara itu, Waluyo (2024) menyoroti bahwa faktor situasional seperti provokasi dan tekanan sosial turut memengaruhi agresivitas remaja di media sosial, namun ia tidak menelusuri pengaruh faktor personal seperti kepribadian yang dapat bervariasi antar individu dalam situasi yang sama.

Penelitian Yolanda (2020) dan Khafizah, Faradiba, dan Reksoprodjo (2022) memang telah menemukan hubungan antara dimensi *Big Five Personality* dan perilaku agresif pada remaja, tetapi konteks penelitian mereka masih terbatas pada lingkungan umum dan game online, bukan pada media sosial Instagram yang memiliki dinamika interaksi sosial yang berbeda, terutama dalam hal anonimitas parsial, komentar publik, dan budaya visual yang dominan. Berdasarkan kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pengaruh langsung *Big Five Personality* terhadap perilaku agresivitas remaja di media sosial Instagram. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya meneliti aspek kepribadian atau agresivitas secara terpisah, atau menempatkan konteks media sosial secara umum tanpa memperhatikan karakteristik khas instagram yang menonjolkan ekspresi diri visual dan interaksi publik melalui sistem komentar yang memungkinkan agresi verbal terjadi secara terbuka. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana dimensi *Big Five Personality* berupa *conscientiousness*, *agreeableness*, dan *neuroticism* memengaruhi perilaku agresivitas remaja di media sosial Instagram secara komprehensif dan terintegrasi.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah *Big Five Personality* (*conscientiousness*, *agreeableness*, dan *neuroticism*) memiliki pengaruh terhadap perilaku agresivitas remaja yang menggunakan sosial media instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fenomena yang sudah ditemukan, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk memberikan wawasan mengenai bagaimana *Big Five Personality* (*conscientiousness*, *agreeableness*, dan *neuroticism*) mempengaruhi perilaku di media sosial, khususnya Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam memahami faktor disposisional kepribadian yang memprediksi agresivitas di ruang digital, serta memberikan implikasi praktis untuk pengembangan intervensi berbasis kepribadian guna mengurangi perilaku agresif di media sosial pada populasi remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Remaja

Dari segi manfaat praktis penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran remaja terhadap pentingnya memahami karakter diri agar mampu mengendalikan perilaku negatif dalam media sosial instagram, agar mereka dapat lebih bijaksana dalam menggunakan platform tersebut.

b. Institusi

Memberikan gambaran psikologis dalam penggunaan media sosial, dan menjadi rujukan untuk menghadapi fenomena perilaku remaja di dunia digital agar dapat menjadi acuan bagi institusi dalam memberikan bimbingan, terutama terkait pengelolaan dampak negatif media sosial terhadap kesejahteraan psikologis.

c. Orang tua

Memberikan gambaran psikologis agar dapat menjadi acuan bagi orang tua dalam memberikan bimbingan, terutama terkait pengelolaan dampak negatif media sosial terhadap kesejahteraan psikologis.

d. Penelitian Selanjutnya

Memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait kepribadian dan perilaku agresif di media sosial, baik dengan variabel lain maupun populasi yang berbeda.