

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa awal merupakan fase pertama dalam masa dewasa. Pada periode ini, individu dihadapkan pada tanggung jawab baru dan diharapkan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri serta bijaksana. Menurut Santrock (2011), dewasa awal digolongkan dalam rentang usia 18 – 25 tahun. Fase di mana perkembangan fisik seseorang mencapai puncaknya sebagai manusia. Hal ini memicu keinginan individu untuk memiliki penampilan menarik di hadapan orang lain, terutama untuk menarik perhatian lawan jenis. Hurlock (2012) memaparkan mengenai tugas perkembangan individu saat memasuki masa dewasa salah satunya adalah memilih pasangan hidup, bergabung dalam suatu kelompok sosial dan mendapatkan pekerjaan. Sejalan dengan Sari, dkk (2021) tahap usia dewasa awal di anggap masa kritis karena awal pembentukan karier dan keluarga. Selanjutnya Papalia, Olds dan Feldman (2001) juga mengemukakan bahwa pada masa ini individu akan mencari pasangan hidup untuk membangun hubungan yang serius. Hal ini menjadikan penentuan relasi sosial pada masa transisi menuju dewasa memiliki peranan penting dalam perkembangan dewasa awal.

Relasi sosial pada dewasa awal merupakan masa permulaan dimana individu mulai menjalin hubungan dengan individu lain. Menjaln interaksi sosial merupakan kunci utama dalam menjalin relasi sosial. Timbulnya hubungan individu dengan individu lain dan mempengaruhi satu sama lain sehingga menumbuhkan hubungan yang saling timbal balik dibentuk dengan interaksi sosial (Walgito, 2003). Pada era digital ini, semua interaksi-interaksi sosial dikemas dalam media, utamanya dalam jejaring media sosial. Berdasarkan *survey* yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 menemukan bahwa pulau Jawa menempati posisi tertinggi pengguna internet yaitu sebesar 43,92%.

Selanjutnya *survey* pengguna media sosial paling tinggi berdasarkan provinsi yang ada di pulau Jawa yaitu provinsi Jawa Timur sebesar 90,21%, disusul provinsi Jawa Tengah sebesar 88,07% dan Jawa Barat sebesar 84,53%. Berdasarkan tinjauan tersebut, peneliti memutuskan Jawa Timur sebagai lokasi penelitian.

Salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram yang didirikan oleh Kevin Systrom dan diluncurkan pada tahun 2010. Menurut *survei* oleh situs YPulse (2020), Instagram menduduki peringkat teratas sebagai media sosial yang paling banyak digunakan. Di Indonesia sendiri, menurut laporan Napoleon Cat mencatat terdapat 106.721.600 pengguna Instagram di Indonesia pada Februari 2023, yang merupakan 38,2% dari seluruh populasi warga Indonesia. Pengguna Instagram terbesar merupakan usia 18-24 tahun mencapai total persentase 37,8% berikutnya berada di usia 25-34 mencapai 29,7%. Hal ini sejalan dengan *survey* pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 80 individu dewasa awal rentang usia 18-25 tahun yang memiliki akun media sosial di Jawa Timur. Hasil *survey* ditemukan pengguna media sosial paling banyak usia pada 21 tahun yaitu sebesar 40%. Selanjutnya diantara media sosial Instagram, Tiktok, Twitter dan Facebook ditemukan data bahwa 98% dari total responden aktif menggunakan Instagram. Berdasarkan *survey* tersebut diketahui pengguna tertinggi media sosial Instagram merupakan usia dewasa awal. Dengan demikian peneliti berfokus pada subjek penelitian dewasa awal yaitu individu yang berada di rentang usia 18-25 tahun.

Instagram sebagai media sosial dimanfaatkan sebagai media untuk membentuk sebuah *branding* sesuai yang diinginkan (Safrianto, Jumaidin & Kamil, 2018). Hal ini berkaitan dengan salah satu tugas perkembangan dewasa awal yaitu mendapat pekerjaan. Menurut Hariyanti dan Huda (2023) dalam melakukan presentasi *personal branding*, langkah strategis diambil dalam menentukan konten yang akan di sampaikan dan di publikasikan melalui media sosial. Sejalan dengan Efrida (2020) bahwa *personal branding* melalui media sosial merupakan hal yang begitu penting bagi dewasa awal, salah satu contohnya adalah saat ini media sosial banyak dipergunakan oleh banyak perusahaan dalam

proses perekrutan karyawan dan juga melakukan penyeleksian berdasarkan identitas dan apa yang individu tampilkan di media sosial.

Menurut Setiawan dan Audie (2020) pengguna Instagram tidak memiliki batasan untuk mempresentasikan atau menampilkan diri. Namun dalam menampilkan dirinya di Instagram menurut Rarasati, Hudaniah dan Prasetyaningrum (2019) dewasa awal cenderung menyeleksi foto yang terbaik agar terlihat baik dihadapan orang lain bahkan mengubah bentuk dengan menggunakan filter Instagram untuk mempercantik sebelum *upload* foto (Dungo, 2018). Selain itu bahkan ada yang menuliskan identitas berbeda dari aslinya untuk mendapatkan kesan yang diinginkan dari orang lain (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2014). Menurut Ellison, Steinfield, dan Lampe, (2007) dewasa awal memanipulasi foto profil untuk memperlihatkan kesan yang dianggap dapat memberikan keuntungan dari hal tersebut. Selanjutnya, Schwarz (2010) menjelaskan kebanyakan pengguna Instagram meningkatkan *followers* untuk menghasilkan kesan bahwa dirinya diinginkan oleh masyarakat sehingga pengguna Instagram rela membeli *followers* dan *likes* pada agen atau penyedia jasa.

Di Instagram, terdapat berbagai fitur seperti *feed*, *reels*, dan *snappgram* dengan berbagai filter kamera, serta fitur *live* yang memungkinkan pengguna berinteraksi langsung dengan pengikutnya. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur "*multiple account*" yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menggunakan lebih dari satu akun pada satu ponsel. Hal ini sering dimanfaatkan oleh pengguna untuk membuat *second account*. Menurut nextren grid.id (2018) sekitar 60% dari 300 orang memiliki lebih dari satu akun Instagram sebagai alter ego, akun alter ego (*second account*) yang merupakan identitas yang menunjukkan sisi lain dari personalitas pemilik akun. Survei terhadap 230 individu dewasa awal menemukan bahwa 40,3% dari mereka memiliki dua akun Instagram atau lebih (Helmi, Rembulan, & Priwati, 2021).

Sejalan dengan *survey* yang dilakukan oleh peneliti masih pada 80 individu dewasa awal terdapat 66,3% memiliki *second account* dengan alasan paling tinggi yaitu akun tersebut hanya dikhususkan untuk orang terdekat saja sebesar 42,5%

disusul dengan alasan bisa *upload* sesuka hati tanpa dihakimi sebesar 25% dan sisanya sebesar 32,5% memiliki alasan lain. Dalam penggunaan *second account* dewasa awal bebas berekspresi dan membantu individu untuk lebih percaya diri dalam menampilkan diri dibandingkan di *first account* dan menghilangkan rasa *insecure*. Apa yang individu bagikan di *first account* hanyalah identitas yang sudah dikemas dan diatur sedemikian rupa agar publik atau orang umum melihat individu sesuai dengan keinginannya. Namun, interaksi yang terjadi pada *second account* oleh individu dewasa awal lebih intim karena akun tersebut bersifat pribadi dan hanya diikuti oleh orang-orang yang dipercayainya saja (Prihantoro, Damintana, & Ohorella, 2020). Dapat disimpulkan bahwa individu memilih *second account* untuk menampilkan diri karena khawatir akan penilaian orang lain. Dalam kajian psikologi aktivitas menampilkan diri melalui media sosial termasuk Instagram disebut *online self-presentation*.

Self-presentation adalah usaha yang dilakukan individu untuk menampilkan kesan berdasarkan pandangan pribadi tentang dirinya dan harapan tentang bagaimana orang lain melihatnya (Goffman, 1959). Di sisi lain, *online self-presentation* adalah *self-presentation* yang terjadi di dalam lingkup media sosial. Menurut Brown (dalam Michikyan, Dennis & Subrahmanyam, 2014), *online self-presentation* merupakan upaya untuk membentuk, mengubah, atau mempertahankan citra diri tertentu di hadapan orang lain. Hal ini sejalan dengan pandangan Rui dan Stefanone (2013) bahwa *online self-presentation* adalah cara individu mempresentasikan diri mereka, bukan dalam interaksi langsung tatap muka, tetapi dalam konteks online untuk menciptakan kesan atau memberikan kesan yang kuat kepada orang lain. Menurut Michikyan, Dennis dan Subrahmanyam (2014) *online self presentation* merupakan tindakan seseorang dalam menampilkan diri di media sosial. Perilaku tersebut dapat dilihat dalam tiga dimensi a) *real self* adalah perasaan sebenarnya yang muncul karena dipengaruhi oleh atribut internal, b) *Ideal self* merujuk pada cara individu menggambarkan dirinya dengan menyesuaikan harapan atau keinginan baik dari dirinya sendiri maupun dari orang lain, dan c) *false self* adalah menampilkan diri secara berbeda dengan keadaan aslinya ketika berinteraksi di jejaring media sosial.

Media sosial merupakan lahan individu untuk melakukan proses sosial seperti *online self presentation* (Kaplan & Haenlein, 2010). Secara empiris telah didukung dengan teori *computer-mediated communication (CMC) Hyperpersonal* bahwa dalam berkomunikasi secara *online* memungkinkan individu lebih dapat mengontrol presentasi diri individu, dapat memilah sendiri informasi mana yang akan diungkapkan, serta memanipulasi bagaimana yang dirasakan (Nguyen, Bin, & Campbell, 2012). Fitriana dan Yuniati (2021) mengemukakan bahwa dewasa awal cenderung memberikan kesan yang positif di Instagram, sehingga individu membagikan apapun yang dianggap dapat membantunya dalam membangun citra diri yang positif. Menurut Ginting (2022), dorongan untuk mendapatkan perhatian akan semakin mendorong dewasa awal untuk melakukan presentasi diri secara positif dengan menonjolkan kekuatan atau kelebihan mereka di hadapan individu lain.

Selanjutnya menurut Rarasati, Hudaniah, dan Prasetyaningrum (2019), dewasa awal cenderung menampilkan citra diri yang diharapkan daripada citra diri yang sebenarnya dalam menggunakan media sosial. Dampaknya adalah identitas digital pengguna media sosial tidak selalu mencerminkan realitas dirinya. Sejalan dengan penelitian Vogel dan Rose (2016) mengenai presentasi diri terhadap kesejahteraan individu menemukan bahwa kesejahteraan individu dipengaruhi oleh fokus presentasi diri, apakah pada diri sendiri atau pada harapan orang lain. Ketika individu fokus pada presentasi positif tentang diri sendiri, itu cenderung bermanfaat bagi kesejahteraan mereka, sementara fokus pada apa yang diinginkan oleh orang lain bisa berdampak negatif. Menurut survei yang dilakukan *Royal Society for Public Health* (2017), Instagram memiliki dampak paling merugikan terhadap kesehatan mental dewasa awal, meningkatkan risiko depresi dan kecemasan lebih dari media sosial lainnya seperti Twitter, YouTube, Snapchat, dan Facebook.

Penyebab terbentuknya *online self presentation* pada dewasa awal dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Mazeikiene, Peleckiene dan Peleckis (2010) faktor yang memengaruhi *online self presentation* diantaranya adalah a) *situasional factor* meliputi rekonstruksi citra individu setelah mengalami

kegagalan dan menggunakan strategi presentasi diri yang berbeda tergantung dengan *feedback* dari orang lain, b) *outer factors* meliputi norma sosial, budaya dan keinginan untuk diterima secara sosial dan c) *individual personal factor* atau faktor dari dalam individu yang memengaruhi *self-presentation* meliputi *self esteem* (harga diri), *self confidence* (kepercayaan diri), *self consciousness* (kesadaran diri), *extraversion* (meliputi kemampuan beradaptasi), dan *social anxiety*. *Social anxiety* merupakan perasaan tidak nyaman karena pengaruh lingkungan sosial.

Perasaan tidak nyaman karena pengaruh lingkungan sosial dapat berupa perasaan takut, malu, perasaan ditolak, takut akan dinilai negatif, dan takut akan diperlakukan yang tidak diinginkan disebut *Social-evaluative anxiety*. *Social-evaluative anxiety* merupakan bentuk kecemasan ketika individu berada disituasi sosial saat berhadapan atau berinteraksi dengan individu lain. Dalam situasi sosial ini lingkungan memberikan evaluasi terkait individu atas perbuatan, perilaku, tindakan yang telah dilakukannya (Leitenberg, 1990). Sejalan dengan Endler dan Kocovski (2000) menyebut *social evaluative anxiety* kecemasan yang muncul dalam situasi dimana individu sedang diamati atau dievaluasi oleh orang lain. Kemudian Watson dan Friend (1969) menyebutkan *Social-evaluative anxiety* sebagai kombinasi kecemasan sosial dari tekanan situasi sosial, penghindaran situasi sosial, dan ketakutan atas evaluasi penilaian negatif dari orang lain. Terdapat dua skala untuk mengukur *Social-evaluative anxiety* yaitu *Social Avoidance and Distress* (Penghindaran dari situasi sosial) dan *Fear of Negative Evaluative* (ketakutan dan kecemasan atas evaluasi negatif). Menurut Michikyan (2020) individu dengan *social anxiety* dan kebingungan identitas umum yang tinggi melakukan *online self presentation* yang kurang jujur. Latupeirissa dan Wijono (2022) menyatakan bahwa dewasa awal dalam menggunakan media sosial Instagram cenderung mempresentasikan diri yang dipandang ideal. Untuk mengumpulkan reaksi positif dan penerimaan sosial dari orang lain dan untuk mempertahankan dan meningkatkan citra diri yang positif, individu dewasa awal dapat menampilkan diri dengan cara yang strategis dan diinginkan secara sosial (Baumeister, 1982; Schlenker & Leary, 1982).

Herman, Sambul dan Paturusi (2018), menyatakan bahwa banyak dewasa awal pengguna media sosial mengalami kecemasan ketika hendak meng-*upload* sesuatu di media sosial seperti Instagram hal ini ditemukan signifikan dengan kecemasan mendapatkan umpan balik negatif dari *audiens*. Hal ini sejalan dengan *survey* pendahuluan yang telah dilakukan peneliti masih kepada 80 individu dewasa awal. Menemukan bahwa sebesar 67,5% atau 54 responden menyatakan bahwa memikirkan penilaian orang lain atas postingannya, sedangkan sebesar 35% atau 28 responden tidak memikirkan penilaian orang lain atas postingannya, dan sisanya sebesar 3,9% atau 3 responden menyatakan bahwa kadang memikirkan kadang tidak memikirkan apa penilaian orang lain atas postingannya. Dapat disimpulkan bahwa dewasa awal dalam menggunakan media sosial Instagram cenderung merasa cemas mendapatkan penilaian negatif dari orang lain.

Penelitian sebelumnya mengenai kecemasan sosial pada 142 individu dewasa awal pengguna Instagram yang dilakukan oleh Irwinsyah (2021) menemukan tingkat kecemasan sosial pengguna Instagram berdasarkan usia, pada individu berusia 18 – 21 tahun mayoritas berada di kategori sedang sebesar 50.46% begitu pula dengan individu berusia 22 – 25 tahun yang mayoritas berada di kategori sedang sebesar 45.17%. Selanjutnya ditemukan tingkat kecemasan pada aspek *Fear of Negative Evaluative* (ketakutan dan kecemasan atas evaluasi negatif) mayoritas pada kategori sedang sebesar 45.78%. Pada aspek *Social Avoidance and Distress-New* (Penghindaran dari situasi sosial) mayoritas pada kategori sedang sebesar 55,11%. Sedangkan pada aspek *Social Avoidance and Distress-General* (Penghindaran dari situasi sosial) mayoritas pada kategori sedang sebesar 55,63% (Irwinsyah, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, dewasa awal dalam menggunakan Instagram cenderung menampilkan diri yang diharapkan, dibandingkan dengan menampilkan gambaran diri yang sebenarnya. Hal tersebut membuat pengguna media sosial memiliki identitas digital yang tidak sesuai dengan keadaan diri sebenarnya. Upaya dalam membentuk, mengubah atau mempertahankan citra diri tertentu di hadapan orang lain dalam lingkup *online* dikenal dengan *online self-*

presentation. *Online self-presentation* dapat dipengaruhi oleh *individual personal factor* yaitu *social anxiety* yang di definisikan sebagai perasaan tidak nyaman karena pengaruh lingkungan sosial. Perasaan tidak nyaman tersebut dapat berupa perasaan takut, malu, perasaan ditolak, takut akan dinilai negatif, dan takut akan diperlakukan yang tidak diinginkan disebut *social-evaluative anxiety*, sehingga dewasa awal memilih menampilkan diri dengan cara yang strategis dan diinginkan secara sosial. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai hubungan *social-evaluative anxiety* dengan *online self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini diungkapkan dalam pertanyaan berikut: “apakah terdapat hubungan antara *social-evaluative anxiety* dengan *online self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social-evaluative anxiety* dengan *online self-presentation* pada dewasa awal pengguna Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dilakukannya penelitian ini adalah untuk menambah data empiris, informasi baru dan wawasan dalam perkembangan ilmu psikologi khususnya pada bidang psikologi sosial dan psikologi klinis terkait *social-evaluative anxiety* dan *online self-presentation*.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi subjek penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan wawasan, informasi dan bahan evaluasi diri mengenai *social-evaluative anxiety* dengan *online self-presentation*, sehingga diharapkan dapat meminimalisir adanya manipulasi diri hanya demi membangun kesan positif guna menghindari penilaian negatif dari orang lain dalam menampilkan diri secara *online*.

b. Bagi pengguna Instagram

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk meningkatkan *awareness* pengguna Instagram atau *audiens* dalam memberikan *feedback* terhadap postingan orang lain di media sosial. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi diri agar individu tidak berfokus pada penilaian orang lain agar dapat mengurangi *social-evaluative anxiety*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman atau referensi untuk penelitian berikutnya yang sejenis dan dapat dikembangkan baik dalam hal fenomena, subjek penelitian maupun dalam metode penelitiannya.