

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia akan terus berjalan dan pasti setiap orang akan mengalami tugas-tugas perkembangannya dari fase anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia. Ada beberapa tugas perkembangan yang harus dilalui agar kehidupan menjadi bahagia dan tidak mengalami permasalahan khususnya bagi orang dewasa awal, karena masa dewasa awal ini masa puncaknya perkembangan bagi setiap orang. Istilah *adult* atau dewasa berasal dari bahasa latin yang artinya adalah tumbuh menjadi dewasa oleh karena itu orang dewasa adalah orang yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima tanggung jawab dan kedudukannya di masyarakat bersama orang dewasa lainnya (Hurlock, 1980).

Mereka lebih mengupayakan untuk menjadi orang yang lebih mandiri lagi segala upaya akan dilakukan agar tidak bergantung lagi kepada orang lain. Masa dewasa awal atau "*early adulthood*" terbentang sejak tercapainya kematangan secara hukum atau dialami seseorang sekitar 18 tahun sampai dengan 40 tahunan (Hurlock, 1980). Levinson *et al.*, (1978) mengungkapkan bahwa masa usia dewasa awal adalah (17 – 45 tahun) pada usia dewasa awal dianggap mampu menentukan masa depan dan juga dianggap mampu mengatur kehidupannya secara mandiri dikarenakan tahap ini manusia mulai menerima dan memikul tanggung jawab yang lebih berat.

Arnett (2006) masa transisi dewasa awal adalah istilah yang digunakan untuk menunjuk masa beranjak dari remaja menuju dewasa atau disebut (*emerging adulthood*) dan rentang usia ini berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun. Pada masa ini ditandai eksperimen dan eksplorasi dikarenakan dalam perkembangan mereka banyak individu masih bingung jalur karir yang mereka ambil atau ingin menjadi individu seperti apa dan gaya hidup seperti apa yang mereka inginkan (Santrock, 2012). Ketika menjalani kehidupan orang dewasa awal sangat penting dalam menyelesaikan tugas perkembangannya karena masa dewasa awal merupakan masa puncak dari perkembangan individu apabila individu tersebut gagal dalam

melaksanakan tugas perkembangannya maka akan mengantarkannya pada ketidak bahagiaan dan akan mengacaukan tugas perkembangan yang akan dijalani selanjutnya (Putri, 2019). Hurlock (1980) membagi tugas perkembangan dewasa awal, antara lain sebagai berikut: memilih teman hidup, mengelola rumah tangga, mendapatkan suatu pekerjaan, membentuk suatu keluarga dan membesarkan anak-anak.

Di antara tugas perkembangan usia dewasa mendapatkan suatu pekerjaan adalah hal yang sulit karena di zaman sekarang mendapatkan pekerjaan tidak mudah, hal tersebut disebabkan oleh jumlah pencari kerja dengan jumlah lapangan kerja yang ada tidak sebanding (Sugiharto & Siahaan, 2005). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Pengangguran di Indonesia Terbuka (TPT) Februari 2023 sebesar 5,45 persen atau mencapai 7,99 juta orang dan 5,59% yang berasal dari lulusan perguruan tinggi, hal ini menunjukkan bahwa potensi calon tenaga kerja di Indonesia cukup tinggi akan tetapi banyak calon tenaga kerja yang tidak mendapatkan pekerjaan karena kesulitan mencari informasi lowongan pekerjaan.

Berdasarkan studi pendahuluan, pada usia transisi dewasa awal seperti mahasiswa tingkat akhir ataupun *fresh graduate* menunjukkan bahwa belum bekerja membuat mereka merasa khawatir, gelisah, merasa tertekan, bingung harus melakukan apa, lelah karena sudah mencari pekerjaan berkali-kali tetapi tidak ada yang menerima dan tidak puas dengan hidup mereka karena tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup mereka (Sari dan Eva, 2019). Mencari pekerjaan merupakan tantangan yang sering kali dirasakan oleh individu sebagai suatu beban berat (Tyas dan Cahyadi, 2022). Dalam hal ini dimana banyak lulusan *fresh graduate* menghadapi berbagai hambatan dalam proses penemuan informasi lowongan pekerjaan (Dwi & Susilo, 2018). Di sisi lain aplikasi pencari pekerjaan telah menjadi fenomena global yang memanfaatkan internet (Pranoto, 2023).

Berdasarkan data yang di dapat dari survei (APJII, 2023) jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini adalah 78,19%, sehingga jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi dengan internet ditahun 2022 hingga 2023 sebanyak 215.526.156 jiwa. Pranoto *et al.*, (2023) menyatakan di era teknologi yang semakin canggih ini

banyak inovasi yang terjadi aplikasi pencari pekerjaan telah menjadi fenomena global yang mendapatkan popularitas di berbagai negara, termasuk Indonesia dan beberapa tahun terakhir proses mencari pekerjaan serta perekrutan telah mengalami perubahan drastis karena banyak perusahaan memanfaatkan teknologi media daring atau *online* untuk menawarkan sebuah pekerjaan dengan tujuan menjangkau berbagai calon pekerja dari berbagai daerah dan latar belakang.

Media yang kita gunakan saat ini telah melalui banyak mengikuti perubahan zaman dan menghasilkan fungsi yang terbaik dalam pemenuhan kebutuhan manusia (Sudarsono & Olivia, 2021). Media masa sekarang menempatkan faktor digital sebagai solusi untuk menghubungkan manusia dari berbagai belahan dunia dengan dukungan internet dan penggunaan media digital telah merefleksikan adopsi teknologi digital dalam bisnis dan masyarakat yang diikuti dengan perubahan terkait konektivitas individu maupun organisasi (Gimpel *et al.*, 2018). Salah satu media digital yang jelas sekali menghubungkan banyak orang untuk saling bertukar informasi adalah media sosial.

Berdasarkan data dari (Nabilah, 2023 databoks.id 27 Desember 2023) survei yang dilakukan *Populix Unveiling the Tech Revolution: How Technology Reshapes the Future of Work 2023*, sebanyak 66% orang mengaku mengetahui informasi seputar lowongan kerja mealui media sosial atau situs pencarian pekerjaan. *Jobstreet* menempati urutan pertama sebagai aplikasi pengguna terbanyak di Indonesia sebesar 82%, sementara itu *LinkedIn* yang berfungsi sebagai platform jaringan profesional terbesar di dunia berada di urutan kedua yang sebesar 61%, *Jobs.id* menyusul di posisi ketiga sebanyak 33%. Posisi selanjutnya ada *Karir.com* dan *Glints* dengan proporsi masing-masing sebesar 29% dan 25%, kemudian di urutan berikutnya ada *Kalibrr*, *JobDB*, *Karirpad*, *Jobplanet*, dan situs lowongan kerja lainnya dengan persentase di bawah 20%

Tabel 1. 1 Persentase Penggunaan Situs Lowongan Kerja (April, 2023)

No..	Nama Data	Nilai/Presentase %
1.	Jobstreet	82
2.	LinkedIn	61
3.	Jobs.id	33
4.	Karir.com	29
5.	Glints	25
6.	Kalibrr	16
7.	JobsDB	15
8.	Karirpad	5
9.	Jobplanet	4

Sumber data: databoks

Akan tetapi dibandingkan job portal lain *LinkedIn* mempunyai peluang yang lebih besar untuk mendapatkan pekerjaan karena di dalamnya terdapat banyak *recruiter* profesional selain itu, *LinkedIn* juga menyediakan kursus bersertifikat dan mudah diakses, alasan lainnya adalah karena fitur yang lebih banyak dan tampilan yang lebih menarik, di dalam *LinkedIn* banyak lowongan pekerjaan dan bisa saling *connect*, *LinkedIn* menjadi satu-satunya situs gratis jejaring sosial berorientasi pekerjaan dengan pertumbuhan tercepat, tampilannya lebih menarik, lebih fokus ke profil pengguna karena *simple*, lebih banyak fitur yang akan dimasukkan di portofolio, dan yang memainkannya juga orang-orang yang profesional di bidang HRD dan alasan lainnya banyak orang menyukai *LinkedIn* adalah karena banyak kalangan dari perusahaan internasional yang lebih besar menggunakan *LinkedIn* dibandingkan portal-portal lainnya (Fauziah, 2023).

Penggunaan *LinkedIn* sangat populer penggunaannya di dunia lebih dari 347 juta anggota di seluruh dunia dan faktanya *LinkedIn* digunakan secara komprehensif dalam *rekrutment* dan seleksi (*LinkedIn*, 2022). *LinkedIn* memiliki perbedaan yang menonjol antara situs jejaring sosial lainnya terletak pada bentuk penyajian informasinya yang mirip dengan sebuah riwayat hidup, CV (*curriculume vitae*), atau *resume* lengkap seseorang oleh sebab itu banyak menggunakan *LinkedIn* (Damayanti *et al.*, 2022).

Melansir dari (nn. 2024. Mabestalk, 01 Juli 2024) keunikan *LinkedIn* dibandingkan dengan platform yang lain *LinkedIn* adalah digunakan untuk memberi dan menerima peluang kerja dan tidak memiliki faktor sosialisasi dibandingkan

dengan situs media sosial lainnya, secara sosial di dalam fitur-fitur *LinkedIn* seperti profil yang menonjolkan prestasi, capaian, dan menjalin konektivitas sebanyak mungkin semuanya mendorong pengguna untuk membangun citra diri mereka di hadapan “pasar” dan mendapatkan popularitas dan pekerjaan impian mereka. Hal tersebut adalah suatu bentuk kegengsi status dan fakta bahwa dia dikenal orang lain sebagai seseorang tertentu.

Berdasarkan data dari (Nabilah, 2023. katadata.co.id, 29 Desember 2023) menyatakan bahwa pengguna *LinkedIn* dari generasi muda hingga Juli 2023 terdapat 26,5% pengguna di Indonesia dengan usia antara 18-24 tahun dan menduduki urutan kedua pengguna *LinkedIn* terbanyak di Indonesia. Masa ini disebut eksplorasi identitas, khususnya dalam karir pekerjaan oleh karena itu secara psikologi mereka mengatur kehidupannya sendiri (Arnett, 2006). Aspek psikologi yang dimaksud adalah apabila di tersebut tidak mencapai tugas-tugas perkembangan sesuai tahapannya maka akan mengalami isolasi (Erickson, 1964).

Melalui hal tersebut dapat diketahui bahwa generasi Indonesia mulai memperhatikan pentingnya memiliki akun *LinkedIn* sejak usia muda (Safitri, 2022). Dalam penggunaannya *LinkedIn* digunakan untuk *personal branding* dan maraknya menggunakan *LinkedIn* (salah satu buktinya dari *top charts* tersebut) menandakan bahwa setiap individu terlibat secara sadar dengan media tertentu yang dimotivasi oleh kebutuhan dan sebuah tujuan, termasuk pencarian pekerjaan lewat *LinkedIn* dan kehadiran motif atau kebutuhan mendorong kepuasan aktual yang diperoleh dari penggunaan berbagai jenis media (Suwatno, 2018). *Personal branding* identitas mereka digunakan untuk memasarkan diri mereka sendiri untuk mendapatkan pekerjaan (Anggraini, 2021).

Meskipun para pencari kerja dimudahkan dengan adanya teknologi di bidang rekrutmen tetapi kompleksnya persoalan mengenai pekerjaan dengan banyaknya fenomena persaingan, hambatan, mengenai dunia kerja (Fauzaih, 2023). Perilaku ini menampilkan diri yang ditunjukkan lewat media sosial tersebut dan dapat dilihat oleh orang lain memberikan dampak psikologi pada orang yang melihat ataupun bagi individu itu sendiri termasuk harga diri yang dimiliki (Ikachoi *et al.*, 2016).

Coopersmith (1967) mendefinisikan harga diri sebagai pendapat individu tentang keberhargaannya yang diekspresikan dalam sikap penerimaan atau penolakan yang menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti dan berharga. Harga diri pada individu juga menentukan keberhasilan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Apabila individu telah berhasil dalam membangun hubungan sosialnya maka tidak diperlukan lagi bagi individu untuk membangun citra diri atau gambaran ideal melalui media sosial (Sapsuha & Saudi, 2023).

Harga diri adalah kebutuhan dasar manusia yang sangat kuat karena memberikan kontribusi penting dalam perjalanan hidup, hal ini diperlukan untuk perkembangan yang sehat dan bertahan hidup secara normal dan kurangnya harga diri menghalangi pertumbuhan psikologis pribadi karena harga diri yang positif dapat memberikan perlawanan, kekuatan, dan kemampuan regenerasi serta ketahanan dan saat individu mengalami harga diri yang negatif akan merasa diri sendiri melemah dan hancur karena penderitaan hidup, cenderung menghindari lingkungan (Putri & Dwityanto, 2016).

Valkenburg *et al.*, (2006) menjelaskan bahwa pengguna situs jaringan *online* menerima umpan balik pada profil yang mereka miliki dan umpan balik ini dapat memengaruhi tingkat harga diri seseorang. Harga diri memengaruhi banyak hal dalam hidup seseorang mulai dari pola pikir, menentukan pilihan yang diambil, memilih teman dan pergaulan dan lain sebagainya, seperti realita yang terjadi menunjukkan satu orang dari beberapa orang transisi dewasa awal, menyatakan bahwa awalnya mencoba dan mengikuti orang-orang mengunduh *LinkedIn* setelah mulai digunakan dia mulai merasa takut akan kehidupan karirnya kedepan dikarenakan pencapaian yang diraihinya belum ada apa-apanya dibanding orang-orang yang sudah memiliki banyak pencapaian dan merasa tidak punya kemampuan yang bisa dibanggakan dari dirinya terlebih lagi dengan orang terdekatnya oleh karena itu tingginya harga diri berhubungan dengan kepuasan hidup, *social adjustment*, bertahan terhadap stres, prestasi tinggi dalam pendidikan maupun pekerjaan (Biddle Fox, & Boutcher, 2000).

Baun dan Rahayu (2023) mengungkapkan bahwa dari 11 orang yang menggunakan media sosial 9 diantaranya pernah merasa rendah diri seperti merasa tidak mempunyai kemampuan sebaik teman mereka di media sosial, tidak produktif dibandingkan orang lain, tidak memiliki prestasi seperti orang lain, dan sekeren penampilan orang lain di media sosial. Hasil dari penelitian ini memiliki harga diri yang rendah dengan mengevaluasi dirinya secara negatif saat mengakses media sosial. Semakin populernya *LinkedIn* sebagai media sosial tentunya akan semakin banyak orang yang akan menggunakan dan salah satu faktor yang dapat membuat seseorang memiliki harga diri yang rendah saat mengakses media sosial adalah perbandingan sosial (Baun & Rahayu, 2023).

Menurut Delamater dan Myers (2011) perbandingan sosial merupakan salah satu sumber pembentukan harga diri seseorang karena ketika melakukan perbandingan sosial ke bawah (*downward social comparison*) orang lain yang kurang sukses, kurang bahagia/beruntung ataupun ke atas (*upward social comparison*) orang yang lebih baik darinya keduanya mampu memiliki dampak yang menonjol terkait dengan kesehatan mental seseorang karena saat harga diri seseorang dipengaruhi individu sering mendapatkan keuntungan berupa mengevaluasi dirinya.

Menurut Festinger (1954) perbandingan sosial adalah kecenderungan individu untuk membandingkan pencapaian, situasi, pengalaman yang dimiliki individu dengan apa yang dimiliki oleh individu lain. Individu membandingkan diri sendiri dengan individu di sekitarnya untuk mencari informasi tentang dunia dan tempat mereka di dalamnya (Festinger, 1954). Individu biasanya membandingkan dirinya dengan orang lain yang memiliki kesamaan dengan dirinya dan kesamaan tersebut bisa dilihat dalam beberapa faktor seperti usia, fisik (tinggi/berat badan), tingkat pendidikan, pekerjaan/ karir dan lain-lain (Nisar, Prabhakar, Ilavarasan, & Baabdullah, 2019).

Dalam hal ini faktornya adalah pendidikan dan pekerjaan dikarenakan dilansir dari (nn. 2023 Whiteboardjournal.id, 10 September 2023) dibandingkan dengan *Facebook*, *LinkedIn* menjadi tempat media sosial yang memiliki dampak lebih buruk pada kepercayaan diri. Ini didasarkan pada pencapaian karir dan

pekerjaan. *LinkedIn* seolah menjadi media sosial ajang pencapaian seseorang tolak ukur kesuksesan seseorang umumnya dilihat dari pencapaiannya sehingga orang akan merasa *insecure* hanya dengan melihat profil orang lain di *LinkedIn*. Seringkali inilah yang membuat orang *insecure* terhadap pencapaian orang lain dan malu untuk menjalin koneksi serta membuat seseorang selalu membandingkan pencapaiannya dengan orang lain dan tanpa disadari hal tersebut membuat tertekan. Artinya perbandingan sosial yang dilakukan dewasa awal saat mengakses media sosial cenderung negatif sehingga berdampak pada penurunan harga diri mereka (Hasanati dan Aviani, 2020).

Fenomena membandingkan diri pada media sosial lain seperti pengguna *Instagram* sudah lama terjadi dan sudah banyak penelitiannya yang mengkaitkan dengan tingkat harga diri. Faktanya fenomena perbandingan sosial pada pengguna *LinkedIn* baru hangat beberapa tahun ini (Ferlianti, 2023). *LinkedIn* adalah media sosial yang populer untuk melakukan presentasi diri yang berlebihan (Miadi, 2020). Ketika mempresentasikan diri yang bagus dapat menimbulkan dampak positif yaitu tingkat harga diri yang tinggi dan orang akan bangga terhadap dirinya. Di sisi lain melihat profil orang lain dapat menimbulkan perbandingan sosial berhubungan dengan perasaan tidak mampu, iri hati, dan depresi sehingga menurunkan tingkat harga diri seseorang (Uhlir, 2016). Apabila seseorang melakukan perbandingan sosial terkait kinerja atau pencapaian dirinya dengan orang lain yang lebih unggul melalui *LinkedIn* terdapat kemungkinan bahwa harga dirinya akan menurun dikarenakan merasa kurang yakin dengan kemampuan dirinya dan hal ini harga diri yang rendah dapat menimbulkan masalah pada individu seperti penyesuaian diri yang buruk, sulit mengemukakan pendapat, mudah terluka jika di kritik, hingga depresi (Lusiana, 2023). Hal ini ditunjukkan dengan maraknya konten individu yang merasa *insecure* dan rendah diri saat melihat profil *LinkedIn* orang lain (LinkedIn, 2022).

Menurut Gibbon dan Buunk (1999) bahwasanya seseorang biasanya cenderung dipengaruhi oleh standar ideal yang ada di lingkungannya. Perbandingan sosial sendiri memiliki dua aspek yaitu pendapat dan kemampuan. Pendapat atau *opinion* merujuk pada perilaku individu saat melakukan perbandingan terhadap

pendapat diri sendiri dengan pendapat orang lain. Kemampuan atau *ability* merujuk pada perilaku individu ketika melakukan perbandingan terhadap kemampuan diri sendiri yang dimiliki dengan kemampuan individu lain yang berada disekitarnya (Festinger, 1954).

Banyak dari generasi muda yang menggunakan *LinkedIn* ketika mereka melihat fitur “*about*” dari orang lain mereka merasa rendah dan mereka merasa kalah jauh dengan orang yang dilihat didalam *LinkedIn* tersebut (Risma, 2023). Penelitian lain yang dilakukan oleh Jones *et al.*, (2016) dari survei *online* yang dilakukan pada orang dewasa awal dari 1.780 yang mengisi, 1.282 menyatakan bahwa mereka menggunakan *LinkedIn*, sedangkan penggunaan *LinkedIn* kurang dari sekali seminggu dan penggunaan setidaknya sekali seminggu masing-masing dilaporkan sejumlah 292 dan 206 orang. 16,4% melaporkan menggunakannya kurang dari sekali seminggu. 11,6% sisanya melaporkan menggunakan *LinkedIn* satu kali atau lebih perminggu. Hampir separuh (44,5%) melaporkan tidak ada gejala depresi dalam seminggu terakhir dan termasuk dalam kelompok risiko rendah. Sekitar seperempat (26,2%) tergolong risiko tinggi, dan sisanya 29,3% peserta berada pada kelompok sedang. Lebih dari sepertiga (38,3%) melaporkan tidak ada gejala kecemasan dalam seminggu terakhir dan termasuk dalam kelompok risiko rendah. Risiko tinggi mewakili 28,4%, dan risiko menengah mewakili 33,3%. Dibandingkan dengan mereka yang tidak menggunakan *LinkedIn* orang yang menggunakan *LinkedIn* setidaknya sekali seminggu memiliki peluang peningkatan depresi yang jauh lebih besar dan peningkatan kecemasan (Jones *et al.*, 2016).

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh (Maheswari *et al.*, 2023) kepada mahasiswa di ITS dari 100 responden tercatat 74% mengindikasikan bahwa postingan mengenai kesuksesan karir orang lain menjadi salah satu pemicu utama *FOMO* mereka di media sosial ini. Sekitar 50% merasa tertarik oleh postingan yang menginformasikan peluang pekerjaan sementara itu, 62% mengaku merasa tertarik dengan postingan yang berhubungan dengan aktivitas *networking* yang menguntungkan. Hanya sekitar 4% yang menyatakan bahwa mereka tidak merasa terpicu *FOMO* oleh konten apapun di *LinkedIn* dengan demikian survei ini

memberikan gambaran tentang apa yang umumnya menjadi pemicu perasaan *FOMO* di antara pengguna *LinkedIn*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauziah (2023) menunjukkan bahwa 50% dari 135 responden yaitu 68 orang membandingkan dirinya dengan orang lain di *LinkedIn*. *LinkedIn* yang membuat *branding* dirinya sebagai media sosial profesional melalui data tersebut bisa dikatakan bahwa para responden menilai *LinkedIn* lebih ke arah sosial media yang kompleks dibandingkan sosial media lainnya. Adanya peningkatan aktivitas *LinkedIn* yang memperlihatkan pengalaman, *skill*, dan pencapaian seseorang secara gamblang nyatanya dapat memicu kecemasan karir oleh kalangan transisi dewasa awal terkait kekhawatiran eksistensial, tekanan, kurangnya bimbingan karir, perbandingan sosial (Pisarik *et al.*, 2017).

Kencana (2018) menyatakan bahwa seseorang melakukan perbandingan sosial atau *social comparison* dengan melihat orang yang tidak lebih dari dirinya seseorang tersebut akan merasa superioritas sedangkan jika seseorang melakukan perbandingan sosial ke atas maka dia akan merasa rendah diri, oleh karena itu seseorang lebih memilih melakukan perbandingan sosial dengan melihat orang yang berada di bawahnya dari pada melakukan perbandingan sosial dengan melihat orang yang jauh di atasnya namun ketika seseorang melakukan perbandingan sosial dengan fokus kesamaan antara dirinya dan orang lain mereka akan lebih termotivasi untuk melakukan perbandingan sosial dengan melihat orang yang berada di atasnya dari pada melakukan perbandingan sosial dengan orang yang berada di bawahnya, hal ini dapat membuat harapan seseorang menjadi naik di masa depannya sedangkan, ketika seseorang melakukan perbandingan sosial dengan melihat seseorang yang berada di bawahnya maka seseorang tersebut akan takut memiliki nasib dan berakhir dengan buruk seperti orang tersebut.

Melansir dari (nn. 2017. Weareteamrocketofficial, 29 Desember 2023) di dalam aplikasi *LinkedIn* di mana profil setiap orang biasanya bersifat publik mudah diakses dan sulit untuk tidak membuat perbandingan "ke atas" dan merasa tidak aman untuk diri sendiri serta pencapaian kita sendiri. Sementara orang-orang sangat ingin berbagi pencapaian yang baik tidak banyak yang berani berbagi

kegagalan mereka sendiri. Perbandingan sosial merujuk pada penilaian kognitif untuk mengevaluasi dirinya dengan cara membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain terkait pencapaian yang dimiliki (Jones, 2001).

Berdasarkan penelitian dari Jhonson dan Leo (2020) semakin sering individu menggunakan *LinkedIn* untuk mencari pekerjaan, semakin buruk efikasi diri mereka dalam mencari pekerjaan, semakin terkurasnya mereka, dan semakin buruk keberhasilan mereka dalam mencari pekerjaan. Efikasi diri yang dimaksud adalah suatu keyakinan atau kepercayaan diri individu mengenai kemampuannya untuk mengorganisasi, melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, menghasilkan sesuatu dan mengimplementasi tindakan untuk mencapai kecakapan tertentu. Sehingga, kelelahan yang diakibatkan dari upaya pemenuhan tuntutan pasar, membuat mereka semakin tidak percaya diri dan menurunkan harga diri mereka.

Sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ferlianti (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara efikasi diri terhadap harga diri pada *freshgraduates* yang menggunakan *LinkedIn* di Jabodetabek akan tetapi tidak terdapat pengaruh antara perbandingan sosial terhadap harga diri pada *freshgraduates* yang menggunakan *LinkedIn* di Jabodetabek dalam hal ini sebanyak 81.3% orang pernah melakukan perbandingan sosial melalui *LinkedIn* dari 75 partisipan sebanyak 64% orang merasakan perasaan negatif saat membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih unggul. Emosi tersebut diantaranya adalah merasa sedih, *insecure*, tidak percaya diri, rendah diri, iri, dan malu. Dari 75 partisipan sebanyak 72% orang mengatakan bahwa harga dirinya menurun karena melakukan perbandingan sosial di *LinkedIn*. Sebanyak 28% orang mengatakan bahwa harga dirinya cenderung meningkat setelah melakukan perbandingan sosial di *LinkedIn*. Orang dengan harga diri yang rendah merasakan tidak berharga dalam dirinya, rendah diri dan ketidakstabilan emosi (Ha, 2006). Orang dengan harga diri yang rendah juga memiliki sikap negative secara umum terhadap banyak hal, termasuk memandang orang lain dan keadaan pribadinya (Mackinnon, 2015).

Temuan ini serupa dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jang, Park, dan Song (2016) yang menyimpulkan bahwa perbandingan sosial

melalui *Facebook* dan harga diri berkorelasi negatif. Penelitian lain dari Monigka dan Eminier (2019) terdapat korelasi negatif yang signifikan antara perbandingan diri dan harga diri pengguna *Facebook*. Perbandingan sosial dianggap sebagai faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya harga diri dikarenakan informasi idealis yang disajikan melalui media sosial telah meningkatkan norma perbandingan sosial semakin banyak waktu yang dihabiskan orang di media sosial semakin besar kemungkinan mereka percaya bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dan lebih bahagia serta sukses sehingga menurunkan harga diri mereka (Stapleton *et al.*, 2017).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Baun dan Rahayu (2023) tidak terdapat pengaruh antara perbandingan sosial dengan harga diri pada individu dewasa awal yang mengakses media sosial di kota Kupang dari 208 memiliki kategori tinggi, sebagian besar juga memiliki harga diri pada kategori tinggi dengan jumlah 114 orang atau (54,8%), terdapat juga sebagian orang yang berada pada kategori sedang dengan jumlah 91 orang (43,8%). Sebagian kecil orang juga memiliki tingkat perbandingan sosial pada kategori rendah dengan jumlah 3 orang (1,4%) yang berarti mereka kurang memiliki penilaian yang positif terhadap diri sendiri dan kurang menghargai diri sendiri hal ini menunjukkan tergolong dalam korelasi yang lemah artinya adalah dalam penelitian ini adanya hubungan negatif signifikan antara perbandingan sosial dengan harga diri. Hal ini berarti semakin tinggi perbandingan sosial yang dilakukan maka akan semakin rendah harga diri yang dimilikinya dan sebaliknya semakin rendah perbandingan sosial yang dilakukan maka akan semakin tinggi harga diri yang dimiliki seseorang.

Gilbert *et al.*, (1995) menyatakan ketika pengguna diberi tahu tentang pembaruan kehidupan orang lain melalui postingan media sosial mereka akan secara spontan dan tidak sadar melakukan perbandingan sosial. Membandingkan pekerjaan dan karir ataupun pencapaian di *LinkedIn* yang dimiliki tidak jarang timbul perasaan khawatir mengenai proses individu dengan individu lainnya karena membandingkan diri akan pencapaian diraihinya tidak jarang pula membuat *overthinking* atau bahasa lainnya memikirkan kelanjutan hidupnya di masa depan nanti, hal ini dapat membuat dewasa awal merasa *insecure* ketika mereka tidak

mampu mencapai target perkembangan tersebut maka mereka dapat mengalami perasaan yang dapat mengarah pada kondisi *loneliness* (Robinson, 2015). Rasa kesepian ini terkait dengan pikiran-pikiran negatif individu terhadap dirinya. Pikiran-pikiran negatif itu adalah merasa terasing dan terkucil, merasa tidak mempunyai harapan, merasa harga diri rendah (Azizah & Rahayu, 2016).

Menurut Rosenberg (1995) dua hal yang berperan dalam pembentukan harga diri adalah *reflected appraisals* dan perbandingan sosial. Mereka yang memiliki harga diri rendah diduga memiliki kecenderungan menjadi rentan terhadap depresi dan menyebabkan *aggression* atau sikap keras. Sedangkan harga diri yang tinggi membantu meningkatkan inisiatif, resiliensi dan perasaan puas pada diri seseorang.

Hal ini dapat dijelaskan dengan temuan beberapa studi terdahulu yang menunjukkan bahwa *platform* media sosial yang berbeda dapat memberikan pengaruh yang berbeda pada kondisi psikologis karena memiliki karakteristik yang berbeda, seperti pada penelitian sebelumnya survei yang dilakukan oleh Hasanti dan Avianti (2020) pada pengguna *instagram* dari hasil survei yang dilakukannya bahwa terdapat perbedaan respon dimana perilaku perbandingan sosial pada setengah subjek memengaruhi harga dirinya, yaitu mengalami rasa rendah diri namun, hal tersebut tidak memengaruhi pada setengah subjek yang lain.

Berdasarkan fenomena di lapangan dan teori menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara perbandingan sosial dengan harga diri seseorang. Di atas ada penelitian mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara perbandingan sosial dengan harga diri namun juga terdapat penelitian lain yang tidak menunjukkan hubungan secara penuh. Belum banyak penelitian yang meneliti pada media *Linkedln*. Meskipun ada banyak media seperti *Instagram* dan *Facebook* akan tetapi *Linkedln* adalah media profesional yang mana hal itu juga dipermudah dengan adanya fitur *about*, dimana dengan fitur ini pengguna *Linkedln* dapat melihat postingan pengguna *Linkedln* lain secara global tentang karir, pendidikan ataupun pencapaian-pencapaian lainnya.

Hal tersebut memungkinkan perilaku perbandingan sosial di *Linkedln* lebih luas ketimbang yang terjadi di media lainnya dan membuat menurunnya harga diri

oleh karena itu, untuk mengkaji lebih dalam lagi berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk menelaah lebih lanjut dengan mengangkat judul “Hubungan perbandingan sosial dengan harga diri pada transisi dewasa awal pengguna *LinkedIn*”.

1.2 Rumusan Masalah

“Apakah ada hubungan perbandingan sosial dengan harga diri pada transisi dewasa awal pengguna *LinkedIn* ? ”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana rasa perbandingan sosial memiliki hubungan dengan harga diri yang dimiliki oleh transisi dewasa awal yang menggunakan *LinkedIn*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah kajian penelitian tentang rasa perbandingan sosial dan harga diri serta diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi subjek penelitian

Memberikan gambaran tingkat kepuasan dalam dunia karir dan tidak membandingkan diri ke arah negatif dengan orang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman dan informasi kepada para pengguna *LinkedIn* agar senantiasa bijak ketika menggunakan *LinkedIn*. Sehingga diharapkan mampu mencegah dan mengurangi dampak-dampak negatif dari penggunaan *LinkedIn* yang salah satunya adalah menurunnya harga diri yang disebabkan karena melakukan perbandingan sosial.

B. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan kajian bagi yang ingin melakukan penelitian serupa sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan lebih baik lagi.