

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa kehidupan dewasa yang ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan secara biologis maupun psikologis. Remaja dalam bahasa Inggris adalah *adolescence* yang berasal dari kata latin *adolescere* yang artinya tumbuh ke arah perkembangan yang lebih matang (Muss, dalam Sarwono, 2007: 8). Menurut Desmita dalam Hidayati (2016), masa remaja ditandai dengan berbagai karakteristik penting yang meliputi dapat menerima dan belajar peran sosial sebagai pria atau wanita dewasa, menerima keadaan fisik, mencapai kemandirian emosional dari orang tua maupun orang dewasa lainnya. Hurlock (1980) membagi fase remaja menjadi masa remaja awal (13-17 tahun) dan masa remaja akhir (17-18 tahun).

Masa remaja awal dan akhir menurut Hurlock memiliki karakteristik yang berbeda karena pada masa remaja akhir individu telah mencapai masa transisi perkembangan yang lebih mendekati dewasa (Hurlock, 1980). Masa peralihan perkembangan dan pertumbuhan yang dialami oleh remaja akibat perubahan fisik, sosial, emosional dapat menimbulkan rasa cemas dan ketidaknyamanan dalam diri remaja. Akibatnya, masa ini juga disebut sebagai masa yang penuh tekanan dalam hidup manusia karena remaja diharuskan untuk belajar beradaptasi dan menerima semua perubahan yang kemungkinan besar menyebabkan pergolakan emosi di dalamnya (Hidayati, 2016).

Masa remaja yang penuh dengan tekanan dan bisa menyebabkan pergolakan emosi tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor internal saja seperti keadaan keluarga, tetapi juga karena faktor eksternal yang menyebabkan timbulnya pergolakan emosi pada diri remaja. Faktor eksternal yang mempengaruhi emosi remaja ini dapat berasal dari pergaulan, fasilitas, ataupun hal lainnya (Hidayati, 2016). Salah satu bentuk fasilitas yang dimaksud adalah adanya perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang

sehingga menjadikan fasilitas ini sebagai salah satu bagian terpenting dalam kehidupan remaja.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin meluas ini akhirnya memunculkan beberapa jenis akses komunikasi virtual yang disebut dengan media sosial. Media sosial dapat memberikan kemudahan dalam berkomunikasi antara satu sama lain serta mencari informasi yang dibutuhkan. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Meilinda (2018) dalam penelitiannya tentang studi peran media sosial pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi FISIP UNSRI, ia mengatakan bahwa lahirnya media sosial memudahkan individu untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, menghilangkan hambatan jarak dan waktu saat ingin berkomunikasi, serta dalam mencari informasi akan menjadi lebih efisien dan mudah bagi individu. Dengan adanya media sosial yang dapat memudahkan individu untuk bertinteraksi dengan banyak orang, adapun berbagai macam jenis media sosial yang populer di kalangan masyarakat, diantaranya adalah Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram, Skype, Tik Tok dan lain-lainnya (Fauziah, 2019).

Dikutip dari berita harian dalam kompas.com (2019) yang berjudul “Hampir Setengah Penduduk Bumi Sudah “Melek” Media Sosial” dijelaskan bahwa hampir setengah penduduk bumi menggunakan media sosial, riset dalam artikel itu juga menampilkan data konsumsi media sosial paling banyak adalah kalangan remaja yaitu sekitar usia 13-17 tahun. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia saat ini adalah 196,7 juta orang (kompas.com, 2020). Media sosial yang sering digunakan di Indonesia khususnya oleh remaja adalah Instagram dengan total pengguna sebanyak 120 juta, Whatsapp sekitar 125 juta pengguna, YouTube sebanyak 136 juta pengguna, kemudian media sosial yang paling banyak digunakan dan paling populer saat ini yaitu Tik Tok dengan total pengguna sebanyak 200 juta (merdeka.com, 2020).

Pada penelitian ini peneliti hanya akan berfokus pada remaja yang menggunakan media sosial Tik Tok saja, dikarenakan berdasarkan hasil data artikel di atas menunjukkan bahwa media sosial Tik Tok merupakan media sosial yang paling populer di kalangan remaja saat ini. Berdasarkan artikel *online* Amerika omicoreagency.com, media sosial Tik Tok berasal dari Cina dan

diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Media sosial ini merupakan *platform* video pendek yang dibuat dengan durasi 15 detik bahkan satu menit yang berbasis sosial atau dapat dilihat oleh banyak orang dan didukung dengan penyertaan musik serta lagu-lagu yang terkenal.

Menurut Saumi (2018) berdasarkan artikelnya dalam www.alenia.com yang dikutip melalui *South China Morning Post* (SCMP) pada 28 Juni 2018 lalu tentang Eksistensi Semu Tik Tok dan Fenomena Hiperrealitas, didapati bahwa pengguna media sosial Tik Tok merupakan remaja yang berusia sekitar 16 tahun ke bawah. Dalam www.mediamahsiswaindonesia.id yang berjudul “Generasi Tik Tok di Era Pandemi” yang ditulis oleh Safitri (2020) pada tanggal 3 September 2020, menjelaskan bahwa memang sebagian besar pengguna terbanyak media sosial Tik Tok merupakan remaja yang sedang mencari jati dirinya. Remaja yang menggunakan media sosial ini cenderung berlomba-lomba mendapatkan pengikut, *like*, dan jumlah penonton sebanyak-banyaknya pada setiap konten yang mereka buat, ungkap Safitri dalam www.mediamahsiswaindonesia.id.

Tidak hanya berdasarkan dari hasil survei melalui artikel berita *online*, dalam penelitian ini adapun hasil survei yang didapatkan oleh peneliti melalui penyebaran *google form* di *story* Instagram peneliti. Hasil survei melalui *google form* tentang media sosial apa saja yang sering digunakan oleh remaja yang dilakukan oleh peneliti terhadap 55 remaja di Surabaya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Tik Tok pada remaja di Surabaya berada pada urutan kedua sebagai media sosial yang sering digunakan yaitu sebanyak 72,7% dengan usia rata-rata 15-17 tahun. Berikut merupakan diagram pengambilan data awal kepada 55 remaja di Surabaya tentang media sosial yang sering mereka gunakan:

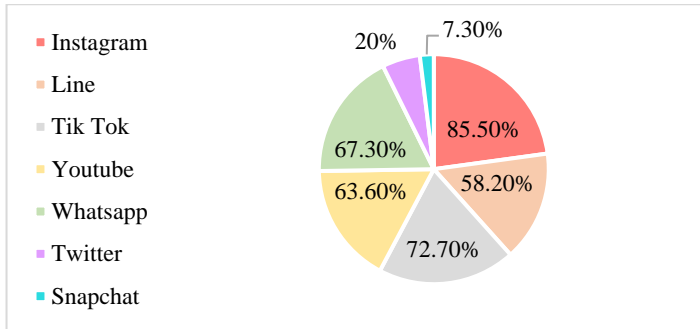


Diagram 1.1. Data Awal Media Sosial yang Sering Digunakan Remaja di Surabaya
 **Pengambilan data awal diambil pada tanggal 16 Oktober 2020, menggunakan *google form* yang disebarluaskan melalui *story* Instagram peneliti.

Pada diagram di atas ditunjukkan bahwa media sosial yang sering digunakan oleh remaja di Surabaya adalah yang pertama Instagram sebanyak 85,5%, yang kedua adalah Tik Tok sebanyak 72,7%, ketiga adalah Whatsapp sebanyak 67,3%, kemudian Youtube sebanyak 63,6%, disusul dengan Line sebanyak 58,2%, lalu Twitter sebanyak 20%, dan terakhir adalah Snapchat sebanyak 7,3%. Dari hasil data awal tersebut Instagram, Tik Tok, dan Whatsapp merupakan tiga media sosial yang paling sering digunakan oleh remaja di Surabaya.

Walaupun Instagram, Tik Tok, dan Whatsapp merupakan tiga media sosial yang paling sering digunakan oleh remaja di Surabaya, namun pada penelitian ini peneliti tetap hanya akan berfokus pada media sosial Tik Tok saja. Berdasarkan diagram di atas, bisa dilihat bahwa Tik Tok memang sangat populer di kalangan remaja karena berada pada urutan kedua terbanyak yang sering digunakan oleh remaja di Surabaya. Dalam penggunaan media sosial Tik Tok ini ada pula rincian usia yang paling sering menggunakan media sosial Tik Tok yang didapatkan oleh peneliti melalui data awalnya, yaitu:

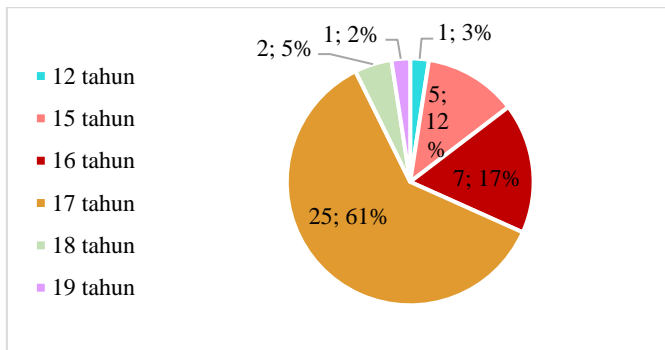


Diagram 1.2. Data Awal Remaja yang Menggunakan Media Sosial Tik Tok di Surabaya

**Pengambilan data awal diambil pada tanggal 16 Oktober 2020, menggunakan *google form* yang disebarluaskan melalui *story* Instagram peneliti.

Pada diagram di atas ditunjukkan bahwa rata-rata remaja yang sering menggunakan media sosial Tik Tok di Surabaya berada pada masa remaja madya yaitu 17 tahun sebanyak 25 orang (63%), diikuti remaja yang berusia 16 tahun sebanyak 7 orang (17%), 18 tahun sebanyak 2 orang (5%), dan usia 15 tahun sebanyak 5 orang (12%). Sisanya berada pada masa remaja awal dan akhir, yaitu pada masa remaja awal berusia 12 tahun sebanyak 1 orang (2%) dan pada masa remaja akhir berusia 19 tahun sebanyak 1 orang (3%). Dari hasil data awal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar remaja yang sering menggunakan media sosial Tik Tok di Surabaya berada pada masa remaja madya tepatnya 17 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sitorus (2018) kepada 25 responden remaja dalam penelitiannya tentang studi pada pengguna aplikasi Tik Tok pada remaja di kota Medan menunjukkan bahwa remaja pengguna aktif media sosial Tik Tok rata-rata berusia 15-18 tahun. Hal ini selaras dengan data awal peneliti yang menunjukkan bahwa remaja yang sering menggunakan media sosial Tik Tok rata-rata berusia 15-18 tahun. Pada pengambilan data awal tersebut peneliti melakukan wawancara singkat kepada empat partisipan yang dilakukan pada tanggal 6 Oktober 2020, 10 Oktober 2020, dan 2 Desember 2021 melalui telepon suara Whatsapp dan pesan suara Whatsapp, dimana dari hasil wawancara singkat tersebut

memperlihatkan bahwa usia rata-rata remaja pengguna media sosial Tik Tok di Surabaya memang sekitar 15-18 tahun.

Dari hasil survei di atas yang didapatkan oleh peneliti, penggunaan Tik Tok memang tergolong banyak digunakan oleh remaja. Hal ini sesuai dengan berita yang dikutip melalui Kompasiana (2020) tentang “Tik Tok dan Remaja Saat Ini”, yang menyatakan bahwa pengguna remaja merupakan salah satu pengguna paling aktif media sosial Tik Tok. Berikut merupakan bukti wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada empat informan pada tanggal 1 Januari 2021 dan 2 Januari 2021 melalui telepon suara Whatsapp dan pesan suara Whatsapp, yang menunjukkan aktivitas remaja bahwa mereka aktif menggunakan media sosial Tik Tok:

“Sering yang aku maksud itu mungkin e lima jam sehari pake Tik Tok. Aku bikin video e entah itu sendirian atau sama teman apalagi temen kerja di cafe sering banget. Eh tapi kalo sama temen itu bisa lebih deh keknya haha, tapi kalau aku sendiri sehari isa lima jam pake Tik Tok”

(Informan S, 18 tahun, 1 Januari 2021)

“Em aku pake Tik Tok itu tiap hari sih dan sehari itu bisa dua sampai tiga jam lebih, aku pantengin terus sambil bikin-bikin video sama sodara dan temen-temen kalau ketemu. Tapi biasanya kalo sama temen itu isa sampe empat jam lebih mungkin soale bikin video toh, kalo sendiri yah paling tiga jam-an lah”

(Informan A, 18 tahun, 1 Januari 2021)

“Eh G sih biasanya paling lama kayaknya cuma satu atau dua jam deh kak, soalnya G kalau buat video gitu nggak lama-lama soalnya cepet hapal tapi kalau sama temen-temen beda cerita jadi lama haha”

“Pakai Tik Tok tiap hari tapi ya gitu paling satu dua jam aja kak seringnya”

(Informan G, 17 tahun, 2 Januari 2021)

“Kalau menurut data di HP Tik Tok itu satu jam non stop, IG satu jam juga. Tapi kalau untuk sehari gitu Tik Tok bisa sampai 4 jam”

(Informan R, 18 tahun, 2 Januari 2021)

Berdasarkan cuplikan wawancara di atas, didapati bahwa tiga dari empat informan merupakan pengguna media sosial Tik Tok yang cukup aktif. Pernyataan ini didasarkan oleh tiga tahapan pengguna internet menurut *The Graphic, Visualization, and Usability Center, The George Institute of Technology* (Surya, 2002; Rochmawati, 2012) yang menyatakan bahwa ada tiga tahapan pengguna aktif internet, yaitu yang pertama adalah *light users* (kurang dari 3 jam per hari), kemudian yang kedua adalah *medium users* (3-6 jam per hari), dan terakhir adalah *heavy users* (sekitar 6 jam per hari). Berdasarkan tahapan tersebut, tiga dari empat informan yang menggunakan media sosial Tik Tok merupakan *medium users* karena menggunakan Tik Tok selama 3-5 jam per hari.

Dengan tingginya kepopuleran media sosial Tik Tok ini di kalangan remaja, ternyata Tik Tok tidak hanya memberi dampak pada tingkat kreativitas remaja saja, melainkan juga memiliki dampak yang cukup besar dalam perkembangan remaja khususnya perkembangan mengenai konsep dirinya. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2019) tentang konsep diri remaja pengguna aplikasi Tik Tok, dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa media sosial Tik Tok dapat berpengaruh dalam kreativitas remaja maupun konsep dirinya. Hal yang serupa juga disampaikan oleh Kusuma & Oktavianti (2020) dalam penelitiannya tentang studi kasus aplikasi Tik Tok bahwa aplikasi Tik Tok memberi dampak dalam pembentukan konsep diri penggunaannya, terlebih lagi dalam hal komentar positif atau negatif yang didapatkan oleh pengguna dari pengguna Tik Tok lainnya. Berikut merupakan cuplikan wawancara kepada empat informan pada tanggal 1 Desember 2021 dan 2 Desember 2021 melalui telepon suara Whatsapp dan *chat* Whatsapp yang menyatakan perbedaan konsep diri yang mereka rasakan sebelum dan sesudah aktif menggunakan media sosial Tik Tok:

“Oh konsep diri ku sebelum kenal Tik Tok juga ya? Eh gimana ya ... kalau bisa dibilang sih aku kan baru tau Tik Tok itu pas ada Bowo-Bowo itu loh haha. Nah sebelum kenal Tik Tok aku ngerasa diri ku itu ya menarik cantik gitu lah kayak e hahaha karena mungkin kalau di IG itu kalau ngepost foto atau story sering di komen banyak sampe 20an mbe orang-orang kayak ayuee atau ada emoji yang matanya love love gitu lah. Tapi pas aku main Tik Tok ngepost-ngepost video yang ngeliat tuh cukup banyak menurut ku apalagi followers ku kan 500an orang, tapi nggak ada yang komen eh ya ada sih tapi cuma 2 atau 3 orang gitu lah dan itu pun cuma emoji mata love doang. Tapi pernah juga yang paling parah di komen beberapa kali tentang badan ku kecil pol katanya trus dada e rata dan yang komen itu aku nggak kenal gitu loh, trus dari situ awalnya aku ngerasa badan ku ya okeoke aja bagus bagus aja menarik tapi karena komenan itu aku jadi ngerasa diriku nggak cantik, aku ngerasa badan ku elek karna kecil trus ya dada ku juga nggak besar kayak cewe lain jadi ya gitulah”

(Informan S, 18 tahun, 1 Januari 2021)

“Kalau sebelum kenal Tik Tok sih aku ngerasa biasa banget sih, mana aku tu anake rada males gaya jadi ya aku apa adanya gitu loh jadi pakek kaos celana jeans gitu. Aku dulu itu sering banget eh nggak sering seh cuma kayak ya lebih sering daripada sekarang lah masih suka upload yang ada muka ku atau foto sebadan tapi sekarang tuh isi IG ku kebanyakan foto pemandangan atau akue balik belakang hahaha. Nah itu awalnya aku kek gitu karena dulu sempat banyak yang komen atau sering gitu loh konco-konco ku sing pake Tik Tok juga komen eh A kayak triplek lagi ngedance terus ada juga yang ngomong aku kek orang sakit mukanya hahaha aku mek bales komennya ketawa tapi saket hahaha. Terus ada kayak akun akun yang aku nggak kenal gitu komen nde video ku juga hampir sama kayak komenan konco ku. Terus akhirnya karena komen komen sing aku dapet di

Tik Tok itu akhirnya aku wes jarang ngeupload foto yang ada muka ku sendiri karena ngerasa aku ini wes uwelek kayak triplek maneh wes gitu lah”

(Informan A, 18 tahun, 1 Januari 2021)

“Kalau menurut G sih e sebelum kenal Tik Tok itu G merasa invisible gitu sih hehe soalnya ya ngerasa biasa aja, G nggak merasa cantik tapi nggak jelek juga. Terus pas kapan itu diajak temen G buat bikin konten Tik Tok di akunnya, terus ada yang komen eh yang rambutnya item panjang cantik (informan) atau cuma fokus yang paling kanan (informan), nah darisitu followers G di Tik Tok dalam 2 hari langsung naik 300 atau 400an gitu karena followers temen G itu 9000an hahaha G juga kaget banget sih banyak yang ngefollow. Terus akhirnya G mulai tambah aktif buat Tik Tok, dan di setiap video G itu selalu banyak yang komen mau dari yang kenal sampai nggak kenal Kak dibilang cantik banget terus badannya bagus atau body goals lah hahaha kaget banget. Karena dari situ G akhirnya merasa kalau G ini cantik atau menarik gitu Kak, terus G jadi makin sayang sama badan G padahal dulu nggak suka soalnya ngerasa tinggi banget dan nggak ideal, tapi karena sering di komen kek gitu di Tik Tok G ngerasa lebih menarik aja”

(Informan G, 17 tahun, 2 Januari 2021)

“Entah ini perasaan saya saja atau memang setelah kenal tiktok ada pengaruh yang buruk bagi saya. Saya pernah upload video dance saya sendiri dan ada yang komen katanya “kaku amat, kayak kanebo kering” terus ada juga yang bilang “kayak triplek lagi joget”. Memang sih becanda, tapi bagi saya itu menyakitkan, seakan-akan menghina bentuk tubuh saya secara tidak langsung. Gara” komen yg dilontarkan kepada saya, saya mulai tidak percaya diri lagi, tidak PD lagi buat video menari sendiri kecuali bareng teman” karena saya juga merasa tidak masuk standar kecantikan yang di

idamkan di masyarakat Indonesia yang sama sekali tidak ada yang saya miliki, seperti kulit putih, badan yang ideal, rambut yang cantik dll. Tiap liat video tiktok org lain, rasanya juga ingin punya paras yang sempurna layaknya seleb tiktok, dari ujung rambut hingga ujung kaki terlihat cantik dan menjadi idaman cowok-cowok. Belakangan ini saya memang merasa insecure karena badan saya yg tidak ideal dan kulit saya yang gelap. E sebelum aktif menggunakan Tik Tok saya merasa diri saya tidak menarik secara fisik tapi menjadi semakin tidak menari setelah aktif menggunakan tiktok”

(Informan R, 18 tahun, 2 Januari 2021)

Berdasarkan cuplikan wawancara di atas, terlihat bahwa ada perubahan konsep diri yang terbentuk sebelum dan sesudah remaja aktif menggunakan Tik Tok. Dari keempat informan, tiga di antaranya merasa dirinya tidak menarik karena mendapatkan komentar negatif dari pengguna Tik Tok lainnya, sedangkan sisanya merasa dirinya semakin menarik setelah menggunakan Tik Tok karena mendapatkan komentar yang positif dari pengguna Tik Tok lainnya. Pernyataan ini didukung oleh pendapat Razali (2013; dalam Nurliani, 2015) yang mengungkapkan bahwa konsep diri seseorang dapat dipengaruhi oleh penghakiman orang lain, persepsi sosial, dan identitas dirinya. Pernyataan tersebut juga didukung berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Murtanti (2015: 44) dalam penelitiannya tentang peran media sosial dalam pembentukan konsep diri remaja, dimana dalam hasil penelitiannya itu ia juga menyatakan bahwa aktifitas yang remaja lakukan pada media sosial memang berpengaruh cukup besar dalam pembentukan konsep dirinya.

Dari pernyataan di atas, Felita dkk (2016: 35) juga menyatakan bahwa umpan balik yang didapatkan dan evaluasi diri yang dilakukan oleh remaja dari penggunaan media sosial bisa menjadi dorongan bagi remaja terhadap pembentukan konsep dirinya. Umpan balik atau penilaian mengenai citra tubuh dan kecantikan (keadaan fisik) sering kali muncul atau didapatkan oleh remaja saat menggunakan media sosial (Marwick & Boyd, 2010). Menurut Siegle (2011; dalam Felita dkk, 2016), pada saat remaja mendapatkan umpan balik dari orang lain seusia sebayanya di media sosial, ia akan terus

menerus mengevaluasi dirinya berdasarkan penilaian yang ia dapat dari pengguna media sosial lainnya. Dari evaluasi karena penggunaan media sosial tersebutlah yang akan kemudian mempengaruhi pembentukan konsep diri.

Konsep diri sendiri lebih jelasnya dijelaskan oleh Berzonsky, yaitu konsep diri merupakan gambaran mengenai diri individu, baik persepsi mengenai dirinya yang sebenarnya maupun penilaian berdasarkan harapannya. Gambaran mengenai diri individu ini terbentuk dari gabungan aspek-aspek fisik, psikis, sosial, dan moral (Berzonsky, 1981; Habibullah, 2010: 112). Sedangkan menurut Rakhmat (2018), konsep diri bukan hanya sekedar gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian kita terhadap diri kita sendiri dan dipengaruhi oleh orang lain dan kelompok rujukan. Pudjigoyanti (dalam Ardani, 2003) juga menyebutkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri seseorang, yaitu citra fisik, jenis kelamin, faktor sosial, dan perilaku orang tua.

Konsep diri merupakan hal yang penting untuk dibahas pada usia remaja, karena salah satu tugas perkembangan utama remaja adalah menemukan jawaban mengenai “seperti apakah diri saya?” (Hagger, Biddle, Wang, 2005; Nurliani, 2015). Menurut Saputri & Mordiningsih (2016: 262), perkembangan konsep diri dipengaruhi oleh lingkungan, orang-orang sekitar, dan pandangan individu terhadap dirinya sendiri. Dimana pada masa remaja, masa ini merupakan masa dimana individu akan dihadapkan pada tugas perkembangan baru dan hal-hal baru yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan atau sosialnya (Saputri & Mordiningsih, 2016: 262). Konsep diri penting untuk dibahas pada masa remaja karena menurut Henderson dkk (2006; Nurliani, 2015) konsep diri harus dapat terpecahkan sebelum usia 20 atau pertengahan usia 20-an agar individu dapat melaksanakan tugas perkembangannya yang lain dengan baik. Kemudian menurut Sunaryo (2002), konsep diri penting pada masa remaja karena pada masa tersebut individu lebih fokus terhadap keadaan fisiknya, dan bagaimana individu melihat dirinya dari masa remaja sangat penting karena berdampak pada aspek psikologisnya.

Penggunaan media sosial Tik Tok sendiri terhadap konsep diri remaja penting untuk diteliti karena berdasarkan data-data yang telah didapatkan melalui artikel *online*, jurnal hasil penelitian, dan hasil

survei serta wawancara peneliti, didapatkan bahwa remaja pengguna aktif media sosial Tik Tok berusia di bawah 20 tahun atau sekitar 15-18 tahun. Penelitian ini juga penting untuk dilakukan karena berdasarkan hasil penelitian Fauziah (2019) dan hasil penelitian Kusuma & Oktavianti (2020) menyatakan bahwa keaktifan menggunakan media sosial Tik Tok memiliki dampak terhadap konsep diri remaja. Remaja yang aktif menggunakan Tik Tok dapat memicu konsep diri remaja menjadi tinggi ataupun rendah. Hal ini didukung berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aprilian, Elita, & Afriyanti (2019) tentang hubungan antara penggunaan aplikasi Tik Tok dengan perilaku narsisme pada siswa sekolah menengah pertama yang menyatakan bahwa penggunaan Tik Tok yang berlebih memberi dampak pada tinggi rendahnya konsep diri remaja.

Tinggi rendahnya konsep diri seseorang berkaitan dengan penggunaannya terhadap media sosial. Apabila remaja mendapat banyak respon atau *like* dan komentar cantik atau tampan dari pengguna media sosial lainnya, maka itu akan membentuk konsep diri yang tinggi karena remaja tersebut merasa dirinya menarik. Sebaliknya, jika remaja mendapat sedikit atau tidak sama sekali mendapat respon atau *like*, maka akan membentuk konsep diri yang rendah karena remaja menganggap dirinya tidak menarik (Nurika, 2016). Maka dari itu, peneliti merasa perlu meneliti tentang tinggi atau rendahnya konsep diri remaja yang menggunakan media sosial Tik Tok.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa cukup memberi gambaran bahwa konsep diri pada remaja merupakan hal yang penting dalam perkembangan kehidupan individu. Konsep diri pada remaja terlebih lagi pada aktivitasnya dalam menggunakan media sosial Tik Tok menjadi hal yang penting untuk diteliti karena berdampak terhadap pembentukan konsep diri remaja. Uraian di atas juga cukup untuk memunculkan pertanyaan seperti apakah konsep diri remaja yang menggunakan media sosial Tik Tok, mengingat pada masa remaja salah satu tugas utama perkembangannya adalah menemukan konsep dirinya. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai gambaran konsep diri remaja yang aktif menggunakan media sosial Tik Tok.

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus untuk melihat gambaran konsep diri remaja yang aktif menggunakan media sosial Tik Tok di Surabaya.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran konsep diri remaja yang aktif menggunakan media sosial Tik Tok di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara khusus dalam mengembangkan dan memperkaya teori di bidang psikologi perkembangan khususnya mengenai konsep diri remaja yang aktif menggunakan media sosial Tik Tok.

1.4.2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru baik bagi informan maupun pembaca. Berikut manfaat praktis dari penelitian ini :

a. Bagi informan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi refleksi bagi informan dalam proses menggali lebih dalam tentang konsep dirinya sendiri.

b. Bagi peneliti selanjutnya.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi inspirasi atau gambaran bagi peneliti selanjutnya bila ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai konsep diri pada remaja yang menggunakan media sosial khususnya Tik Tok