

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada masa kini dimana dunia sudah berkembang baik secara teknologi dan gaya hidup, teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan kita. Banyak dari aktivitas kita yang tidak dapat lepas dari teknologi, salah satunya adalah penggunaan media sosial. Media sosial merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat. Baik itu remaja hingga lansia, mayoritas dari mereka pasti mengenal dan menggunakan media sosial. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk berinteraksi, berkomunikasi, bersosialisasi, dan berbagi informasi secara daring (Rohmadi, 2016). Media sosial sendiri digunakan karena dapat mempermudah aktivitas kita misalnya seperti penggunaan *Whatsapp*, *Line*, dan aplikasi *chatting* lainnya, yang dapat membantu kita untuk lebih mudah berkomunikasi dengan orang lain yang berada di tempat yang jauh dan tidak membutuhkan biaya yang besar. Selain itu media sosial juga dapat menjadi sumber informasi dan juga hiburan, misalnya seperti penggunaan *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain, dari *youtube* kita bisa melihat video lucu atau film yang dapat menghibur juga kita dapat melihat video berita yang berisikan informasi ataupun ilmu pembelajaran. Selain itu penggunaan media sosial juga dapat kita gunakan sebagai sarana untuk berbisnis, seperti berjualan *online*.

Berdasarkan data pada Januari 2021 jumlah pengguna media sosial mencapai 4,2 miliar diseluruh dunia, 13,2% lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya (Bayu, 2021b), kemudian berdasarkan data yang diperoleh ditemukan hasil bahwa pada 11 Februari 2021 sebanyak 61, 8% atau 170 juta jiwa dari total populasi Indonesia yang sebanyak 274,9 juta jiwa merupakan pengguna aktif media sosial. Hasil tersebut meningkat 6,3% dibandingkan tahun sebelumnya, dan rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 14 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial dengan *Youtube*, *Whatsapp*, dan *Instagram* sebagai 3 aplikasi media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia (Stephanie, 2021). Selain itu, juga

ditemukan data yang diperoleh pada Juli yang menyatakan bahwa Indonesia berada di peringkat keempat sebagai negara yang paling banyak menggunakan aplikasi *Instagram* dengan total sebanyak 93 juta pengguna (Rizaty, 2021).

Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk membagikan pengalaman, momen, peristiwa, aktivitas atau kegiatan yang dilakukan atau dialami individu dalam bentuk foto atau video untuk diabadikan dan dibagikan kepada masyarakat umum atau pengikut (*followers*) akun *Instagram*-nya (Hapsari et al., 2021). *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang paling digemari oleh masyarakat, selain itu rentang usia pengguna *Instagram* juga bervariasi, mulai dari remaja hingga lansia. Hal tersebut didukung oleh data yang ditemukan bahwa pada Mei 2021 pengguna *Instagram* terdiri atas usia 13 hingga 65 tahun keatas (Annur, 2021). Dalam aplikasi *Instagram* juga terdapat fitur-fitur tertentu seperti tanda *like* dan juga pemberian komentar yang dapat menentukan apakah orang tersebut populer/terkenal, selain itu jumlah *follower* atau jumlah orang yang mengikuti akun seseorang juga dapat menentukan. Masyarakat Indonesia juga cukup sering menggunakan *Instagram* setiap harinya.

Salah satu alasan masyarakat lebih menyukai menggunakan *Instagram* adalah karena ada banyak manfaat yang bisa didapatkan dari menggunakan *Instagram* seperti memperoleh informasi, menjalin relasi, *branding*, promosi, melakukan kegiatan sosial, dan bergabung dengan komunitas. Penggunaan media sosial selain membawa dampak positif ternyata juga memberikan dampak negatif seperti, adanya akun palsu yang dapat digunakan untuk perilaku yang tidak bertanggung jawab, perilaku negatif seperti penipuan dan lain-lain, serta media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan virus untuk mengambil data personal korban (Rohmadi, 2016). *Instagram* tentunya juga memiliki dampak buruk tersendiri seperti, dikutip dari Kompas (Mulyana, 2021) “banyak pencarian kata kunci di *Instagram* oleh remaja perempuan mengenai kesehatan, kecantikan, dan diet”. Hal tersebut menyebabkan apa yang biasanya mereka tampilkan di *feed Instagram* berpusat pada diet terbaru,

perubahan citra tubuh, dan *body goals* yang menyebabkan remaja perempuan merasa dirinya kurang. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap perkembangan para remaja, karena pada masa ini individu sedang mempertanyakan mengenai siapa mereka dan peran mereka dalam masyarakat dimana selain orang tua, lingkungan dan pergaulan juga berpengaruh terhadap perkembangan mereka. *Stereotype* mengenai standar yang berlaku tentang penggunaan *Instagram* akan mempengaruhi bagaimana remaja memandang dan menilai diri mereka.

Berdasarkan dari data yang sudah didapat pada 27 September 2021 bahwa 40% dari pengguna *Instagram* adalah para remaja yang memiliki rata-rata usia dibawah 20 tahun (R. S. Pratiwi, 2021). Data tersebut juga didukung dari hasil *preliminary* yang sudah peneliti dapat dari 72 responden didapatkan hasil bahwa 65,3% berada direntang usia dibawah 19 tahun yaitu 12-18 Tahun, dan mayoritas subjek dari rentang usia 12-18 tahun 57,4% berusia 16 tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dari hasil *preliminary* mayoritas pengguna *Instagram* adalah mereka yang berada pada masa remaja dan mayoritas berusia 16 tahun. Selain itu, Peneliti juga melakukan wawancara awal untuk mengetahui berapa lama waktu yang dihabiskan remaja putri pengguna *Instagram* untuk bermain *Instagram*, dan subjek wawancara menyatakan:

“*Sering pol ce, setiap hari, ya kira-kira per hari 4 jam an.*” – BC (16 tahun).

“*Sering ce, tiap hari. kira kira sehari 1 jam setengah.*” – AF (14 tahun).

“*Setiap hari, kalo ga ada kerjaan buka Ig si. kira" 5 jam sehari.*” – ET (16 tahun).

Berdasarkan dari hasil wawancara awal di atas maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan *Instagram* pada remaja putri yaitu diatas 1 jam.

Santrock (2003) menyatakan bahwa masa remaja merupakan peralihan dan perkembangan untuk menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan pada kognitif, sosial-emosional, maupun biologis pada individu.

Menurut Hurlock (Jahja, 2011) rentang usia remaja terbagi menjadi dua tahap yaitu, usia 13 sampai 16 tahun (remaja awal dan 17 sampai 18 tahun (dewasa akhir). Usia remaja merupakan usia dimana seseorang sedang mengembangkan jati dirinya, menurut Erikson (Santrock, 2003) dalam teori mengenai tahap perkembangan, masa remaja masuk dalam tahap perkembangan kelima yaitu *identity Vs Identity confusion*. Pada tahap *identity Vs identity confusion* individu akan mulai mempertanyakan mengenai identitas mereka seperti, siapa mereka, apa peran mereka, dan kemana tujuan hidup mereka nantinya.

Body Image merupakan salah satu aspek penting selain tugas perkembangan pencarian identitas diri dalam perkembangan remaja terutama remaja putri, hal ini dikarenakan selama masa remaja pada individu terjadi perkembangan dan perubahan dimana salah satunya merupakan perubahan bentuk fisik. Menurut Santrock (2003) Remaja putri lebih cenderung memperhatikan penampilannya dan lebih cenderung kurang puas dengan penampilannya, hal tersebut didukung dengan penelitian milik Alidia (2018) yang memiliki hasil bahwa penilaian *body image* antara wanita dan pria memiliki perbedaan dengan nilai sig 0,872 dimana *body image* yang dimiliki wanita memiliki presentase 65,5% sedangkan pria yaitu 68,8%. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa wanita memiliki ketidakpuasan tubuh lebih tinggi dibandingkan pria.

Ketidakpuasan terhadap tubuh yang dirasakan oleh remaja putri akan membuat mereka memiliki *self-esteem* yang rendah, hal tersebut didukung berdasarkan penelitian milik Duchesne et al. (2016) juga menyatakan bahwa persepsi negatif mengenai *body image (Body Dissatisfaction)* dapat memberikan efek untuk membuat *self-esteem* seseorang menjadi rendah. Menurut Justin HO (2020) Individu yang memiliki *self-esteem* yang rendah akan cenderung merasa *insecure* dan tidak percaya diri, selain itu individu akan memiliki banyak ketakutan terutama dalam membuat keputusan dan mendapatkan penilaian atau kritik dari orang lain. Orang yang memiliki *self-esteem* yang rendah tidak akan dapat menerima, menghargai, dan mencintai

dirinya sendiri karena mereka memiliki persepsi serta gambaran yang buruk mengenai dirinya sendiri.

menurut Erikson (Santrock, 2003) pada tahap *identity Vs Identity confusion* individu diharapkan untuk dapat mengeksplorasi peran yang berbeda-beda untuk menemukan solusi alternatif mengenai peran dan karirnya nanti dimasyarakat. Ketika remaja dapat mengeksplorasi dan mendapatkan hasil yang positif untuk diikuti maka individu tersebut berhasil untuk membentuk identitas diri yang positif. ketika remaja putri memiliki *self-esteem* yang rendah dikarenakan *Body Dissatisfaction* (*body image* yang buruk), hal tersebut membuat mereka tidak dapat melakukan eksplorasi dalam tahap perkembangan ini yang menyebabkan mereka tidak dapat berkembang serta gagal dalam memenuhi tugas perkembangan pada masa remaja dan mengalami *identity confusion*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *body image* memiliki peran penting dalam masa perkembangan remaja putri.

Pengguna *Instagram* jika dilihat dari hasil preliminary sebelumnya merupakan mereka yang berusia remaja, namun bila dilihat dari segi gender maka pengguna *Instagram* didominasi oleh perempuan. Hal ini didukung dengan data yang diperoleh pada Mei 2021 bahwa 52,6% dari pengguna *Instagram* di Indonesia merupakan perempuan (Annur, 2021). Berdasarkan hasil preliminary yang diperoleh peneliti dimana 95,8% respondennya merupakan wanita didapatkan bahwa 68,1% responden merasa kurang puas dengan tubuh yang mereka miliki.

Pada *Instagram* tentunya terdapat pengguna lain yang juga membagikan foto atau video mereka melalui *Instagram*, dan beberapa dari mereka ada yang memiliki penampilan yang menarik seperti, *body goals* atau memiliki wajah cantik seperti yang kita inginkan. Seringkali bentuk tubuh atau wajah ideal yang dimiliki oleh orang lain menyebabkan kita baik secara sadar maupun tidak membandingkan diri dengan orang lain, dan terkadang membuat kita menginginkan bentuk tubuh atau wajah seperti yang orang lain miliki dan membuat kita merasa iri. Peneliti juga melakukan wawancara awal untuk mengetahui akun apa saja yang seringkali remaja putri pengguna

Instagram lihat selama bermain *Instagram* dan berapa lama waktu yang dihabiskan untuk melihat akun-akun tersebut, dan subjek wawancara menyatakan:

“Random si ce, biasanya si postingan temen-temen, makanan, terus selebgram gitu. paling sering itu selebgram ato public figure si keknya ce, biasanya setiap buka Instagram, mungkin 2/3 dari waktu buka Ig” – BC (16 tahun).

“Ya biasanya liat postingan temen sama artis, tapi paling sering liat posting artis, selama buka Ig pasti liat postingan nya artis tapi kadang kadang ya liat postingannya temen” – AF (14 tahun).

“Biasanya liat postingan dan story teman, terus artis-artis gitu. Paling sering liat postingan teman si, sekitar 3 jam” – ET (16 tahun).

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa akun *Instagram* yang sering dilihat oleh remaja putri adalah akun milik teman atau *public figure*, dan hampir seluruh waktu yang digunakan oleh remaja putri untuk melihat *Instagram* dihabiskan untuk melihat *posting-an* akun-akun tersebut.

Berdasarkan hasil *preliminary* dari 72 responden yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil yang menyatakan bahwa 95,8% dari subjek penelitian pernah melihat akun *Instagram* dimana pemilik akun tersebut memiliki wajah yang menarik atau memiliki *body goals*, dan 79,2% dari subjek yang peneliti dapatkan pernah membandingkan diri mereka dengan pemilik akun *Instagram* yang memiliki bentuk tubuh ideal atau memiliki wajah yang menarik. Selain itu, dari 72 responden yang peneliti dapatkan dalam *preliminary* 68,1% responden merasa kurang puas dengan tubuh yang mereka miliki. Data yang peneliti dapatkan dari hasil *preliminary* juga didukung oleh data dari R. S. Pratiwi (2021) yang menyatakan bahwa 32% dari remaja perempuan pengguna *Instagram* ketika mereka merasa bahwa bentuk tubuhnya buruk atau memiliki ketidakpuasan terhadap tubuhnya maka *Instagram* membuat mereka merasa lebih buruk lagi. Data tersebut juga

didukung dari hasil wawancara awal yang peneliti lakukan untuk mengetahui akun apa yang seringkali remaja putri pengguna *Instagram* rasakan atau pikirkan ketika melihat akun pengguna *Instagram* yang memiliki penampilan menarik selama bermain *Instagram*, dan subjek wawancara menyatakan:

“Ya mereka tu cantik berpenampilan menarik gitu, Kadang kalo lagi main Instagram, trus lagi banyak banget foto/video orang muncul, kek suka bandingin badan, biasanya lebih ke tinggi badan si ce. Karena aku merasa, kurang di bagian tinggi badan, ketika melihat orang lain pada tinggi-tinggi juga, aku merasa kurang ideal aja, kurang bagus. Jadi kadang merasa ga percaya diri aja ketika aku ngeliat orang lain punya tinggi yg jauh diatasku itu ngebuat aku ngerasa gapunya tubuh yg ideal” – BC (16 tahun).

“badan mereka bagus dan pakai baju bagus, aku merasa sedih karena tidak bisa seperti mereka dan merasa badanku kurang bagus.” – AF (14 tahun)

“menurut saya penampilan mereka lebih menarik dibandingkan saya, karena standar kecantikan pada zaman sekarang membuat saya lebih berkaca pada diri saya dan menurut saya, saya belum cukup untuk bisa dibilang memenuhi standar kecantikan tersebut. Orang lain yang saya lihat pada sosial media cenderung menunjukkan standar kecantikan-kecantikan tersebut sehingga membuat saya kurang puas dengan diri saya sendiri” – ET (16 tahun).

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ketika remaja putri menggunakan *Instagram* dan melihat akun serta foto atau video yang teman mereka atau *public figure posting* menyebabkan mereka memiliki pemikiran untuk membandingkan dirinya dan merasa kurang puas dengan tubuh yang mereka miliki. Ketika remaja merasa bahwa tubuh yang mereka miliki tidak sesuai dengan gambaran tubuh ideal yang mereka harapkan, hal tersebut dapat membuat munculnya *Body Dissatisfaction* pada individu.

Berdasarkan hasil preliminary 63,9% dari responden merasa bahwa ketidakpuasan pada tubuh yang mereka miliki dapat mempengaruhi kepercayaan diri mereka. Hal tersebut tentunya selain berpengaruh terhadap

kepercayaan diri juga akan berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang dan menilai diri mereka. Kepercayaan diri merupakan persepsi atau keyakinan yang individu miliki terhadap kemampuan dan potensi yang dirinya miliki untuk menghadapi tantangan dan mencapai tujuan (Sukarelawati, 2019). Ketika individu memiliki kepercayaan diri yang rendah akibat *Body Dissatisfaction* maka tentunya individu akan memiliki keyakinan yang rendah terhadap potensi atau kelebihan yang dimilikinya dan ketika seseorang memiliki keyakinan yang rendah terhadap dirinya maka dia akan memiliki penilaian yang rendah pula terhadap dirinya, hal tersebut tentunya dapat berpengaruh terhadap *self-esteem* yang dimiliki individu tersebut.

Menurut (Rosenberg, 1965) *self-esteem* merupakan bagaimana seorang individu melihat, menghargai, dan menilai dirinya yang ditunjukkan melalui sikap terhadap dirinya baik secara negatif maupun positif. Menurut Rosenberg (Mruk, 2006; Tafarodi & Swann, W. B., 2001) *self competence* dan *self liking* merupakan aspek-aspek utama dalam *self-esteem*. Selain itu *self-esteem* juga memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, menurut Justin HO (2020) faktor dari *self-esteem* yaitu, *self acceptance, responsibility, focus on the action, dan body, spirit, and mind*. Berdasarkan dari fenomena yang diperoleh sebelumnya dinyatakan bahwa *Instagram* menyebabkan individu memiliki penilaian yang lebih buruk terhadap dirinya, hal ini dikarenakan mereka seringkali membandingkan dirinya dengan orang lain dan mempengaruhi penerimaan diri (*self acceptance*) dari individu tersebut. Individu juga cenderung memiliki pemikiran dan penilaian yang negatif mengenai dirinya, hal tersebut tentunya akan mempengaruhi *self-esteem* yang dimiliki oleh individu tersebut. Pernyataan tersebut juga didukung berdasarkan penelitian milik Prawono (2013) yang menyatakan ada hubungan signifikan antara tingkat kepuasan pada tubuh dengan *self-esteem*. Menurut Justin HO (2020) ketika seseorang memiliki *self-esteem* yang baik maka dia akan dapat menghadapi segala tantangan dan kenyataan dalam hidup mereka, hal ini dikarenakan mereka mengetahui potensi dan kelebihan yang mereka miliki dan menggunakannya untuk dapat mengembangkan potensi yang

mereka miliki, maka dari itu penting bagi remaja untuk memiliki *self-esteem* yang baik

Berdasarkan dari *preliminary* didapatkan hasil bahwa mayoritas dari responden merasa kurang puas dengan tubuhnya dan berdasarkan dari hasil *preliminary* yang diperoleh peneliti didapatkan hasil bahwa 66,7% dari responden menyatakan bahwa ketidakpuasan terhadap tubuh atau *Body Dissatisfaction* berpengaruh terhadap penilaian mereka terhadap diri sendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Body Dissatisfaction* dapat mempengaruhi *self-esteem* pada individu. Hal ini juga didukung dari penelitian milik Novara (2018) dengan hasil ada hubungan negatif antara *Body image dissatisfaction* dengan *self-esteem*.

Body Dissatisfaction sendiri merupakan perasaan ketidakpuasan yang dirasakan individu terhadap beberapa aspek dari penampilan fisiknya yang menyebabkan individu memberikan evaluasi atau penilaian yang negatif terhadap tubuhnya (Cash & Pruzinsky, 2002). *Body Dissatisfaction* juga memiliki tiga aspek yaitu, *affective, cognitive, dan behavioral*. Menurut Grogan (2008) *Body Dissatisfaction* memiliki beberapa indikator seperti, *dieting, cosmetic surgery, exercise, body building, dan anabolic steroid use*. *Body Dissatisfaction* yang dialami oleh individu juga dapat memberikan dampak buruk terhadap kehidupan mereka seperti, munculnya perilaku *eating disorder (bingeing and purging)*, rendahnya *psychological well being* dan lain-lain (Pearson et al., 2010).

Berdasarkan dari fenomena serta hasil *preliminary* yang sudah peneliti dapatkan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja perempuan yang menggunakan *Instagram* cenderung membandingkan dan seringkali merasa kurang puas dengan tubuh yang dimilikinya, sehingga hal tersebut mempengaruhi penilaian mereka terhadap dirinya sendiri. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan *body dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada remaja putri pengguna *Instagram*”. Selain itu, peneliti ingin melakukan penelitian di Surabaya dikarenakan dari data yang diperoleh pada 9 November 2020 pengguna internet di Indonesia

mencapai 196,7 juta jiwa, dimana pengguna internet paling banyak berasal dari Jawa Barat sebanyak 35,1 juta jiwa, diurutan kedua ada Jawa tengah sebanyak 26,5 Juta jiwa, dan Jawa Timur sebanyak 23,4 juta jiwa (Bayu, 2021a). Berdasarkan dari data yang didapatkan pada Juli 2021, dari hasil sensus 2020 Surabaya merupakan kota dengan penduduk terbanyak ke-2 di Indonesia dan merupakan kota dengan penduduk terbanyak di Jawa Timur dengan total 2,87 juta jiwa (Kusnandar, 2021). Peneliti memilih untuk melakukan penelitian ini dikarenakan, peneliti masih jarang menemukan penelitian yang membahas mengenai hubungan *Body Dissatisfaction* dengan *self-esteem* pada remaja putri pengguna *Instagram* dan kebanyakan penelitian lebih cenderung membahas mengenai hubungan *social comparison* terhadap *Body Dissatisfaction*. Peneliti juga tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan penelitian sebelumnya lebih sering membahas terkait hubungan *self-esteem* terhadap *Body Dissatisfaction* pada dewasa awal (Resky et al., 2021). Oleh karena itu, yang menjadi pembaharuan pada penelitian ini adalah pada subjek penelitian yaitu remaja putri yang menggunakan *Instagram*.

1.2. Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah *Body Dissatisfaction* dan *self-esteem*.
2. Subjek penelitian adalah remaja putri pengguna aktif *Instagram*.
3. Penelitian ini adalah penelitian studi hubungan karena peneliti ingin melihat hubungan dari *Body Dissatisfaction* dan *self-esteem* pada remaja putri pengguna *Instagram*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan di latar belakang maka peneliti merumuskan masalah yaitu “Apakah ada hubungan antara *Body Dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada remaja putri pengguna *Instagram*?”

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat mengenai ada atau tidaknya hubungan antara *Body Dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada remaja putri pengguna *Instagram*.

1.5. Manfaat penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan dapat melengkapi penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara *Body Dissatisfaction* terhadap *self-esteem*, terutama dalam psikologi klinis yang berhubungan dengan *Body Dissatisfaction* dan *self-esteem*.

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Informan Penelitian

Untuk menyadarkan informan yang memiliki *self-esteem* rendah karena *Body Dissatisfaction* untuk dapat lebih menerima dirinya dan lebih menghargai tubuhnya karena hal tersebut dapat berdampak buruk terhadap dirinya.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada penelitian selanjutnya mengenai ada atau tidaknya hubungan antara *Body Dissatisfaction* terhadap *self-esteem*.