

# BAB I

## PENDAHULUAN

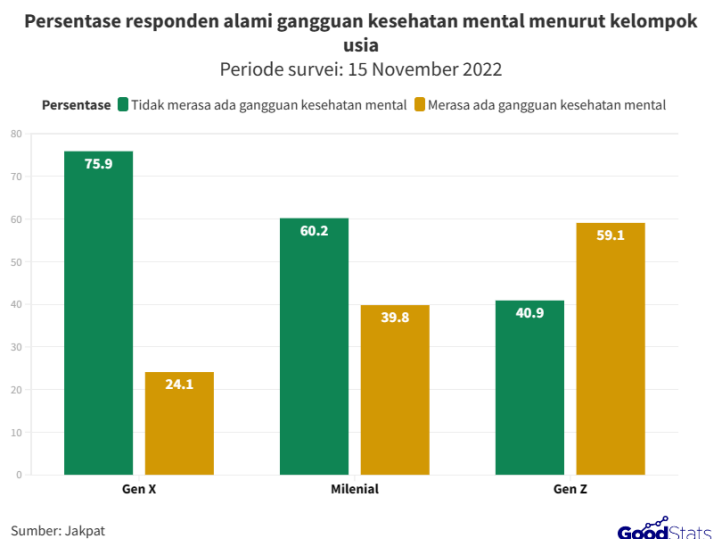
### 1.1 Latar Belakang

Pada awal tahun 2020 silam tepatnya bulan Maret, dunia digemparkan oleh munculnya penyakit menular yang memberikan dampak signifikan pada kehidupan manusia, yaitu Pandemi COVID-19. Banyak aspek kehidupan yang terdampak, termasuk kesehatan, ekonomi, dan psikologis. Selain itu, kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan semakin memburuk dikarenakan pandemi ini. Pandemi COVID-19 menjadi ancaman baru terhadap kesehatan mental di berbagai negara yang menyebabkan meningkatnya gejala-gejala kejiwaan yang merugikan di kalangan masyarakat jika dibandingkan dengan sebelum pandemi (Xiong et al., 2020). Salah satu aspek psikologis yang terdampak adalah *self-esteem* atau harga diri, hal ini dikarenakan *self-esteem* menjadi salah satu penunjang kesehatan mental seseorang. Pada masa pandemi, banyak orang mengalami penurunan *self-esteem* karena berbagai faktor seperti isolasi sosial sesuai dengan yang tercantum pada Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan COVID-19, bahwa upaya untuk mengendalikan penyebaran virus ialah melakukan isolasi sosial dan pembatasan mobilitas.

Kekhawatiran akan kesehatan dan ekonomi, serta perubahan dalam rutinitas dan kebiasaan hidup juga turun berpengaruh terhadap penurunan tingkat *self-esteem* seseorang. Penurunan tingkat *self-esteem* juga terjadi karena adanya perpindahan kehidupan normal menuju kehidupan *new normal* yang mana perlu penyesuaian lebih untuk bisa beradaptasi. Namun sejak tahun 2023 pandemi COVID-19 mulai mereda dan kehidupan *new normal* perlahan berganti menjadi kehidupan normal kembali. Seseorang yang memiliki *self-esteem* rendah jika dibandingkan dengan orang dengan *self-esteem* yang tinggi justru seringkali mengalami emosi yang tidak stabil. Hal ini membuktikan bahwa rendahnya *self-esteem* dapat berakibat pada gangguan kesehatan mental pada seseorang. Didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Mruk, 2006) bahwa *self-esteem* tinggi memiliki korelasi negatif dengan tingkat kecemasan, kesedihan, depresi, permusuhan, kemarahan, sosial kecemasan, rasa malu dan bersalah, kesepian, serta afektifitas negatif umum dan neurotisme.

*Self-esteem* terdiri dari dua komponen yang saling berhubungan, yaitu harga diri yang mencakup keberhasilan pribadi dan bagaimana seseorang menilai dirinya sendiri, kedua aspek ini merupakan keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk bertahan hidup dan layak untuk melakukannya (Branden, 2001). Abraham Maslow menjelaskan bahwa salah satu kebutuhan yang penting yaitu *esteem needs* atau kebutuhan untuk dihargai. Maslow membagi kebutuhan ini menjadi dua jenis: yang pertama berfokus pada harga diri; mencakup keinginan untuk mendapatkan kemampuan, kepercayaan diri, ketangguhan, kesetaraan, kemandirian serta kebebasan. Jenis yang kedua berfokus pada penghargaan, maksudnya keinginan untuk memiliki prestasi dan reputasi tertentu, seperti penghormatan atau penghargaan dari orang lain. Faktor psikologis seperti kekuatan, kepercayaan diri, dan nilai akan dipengaruhi oleh kebutuhan ini (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Perempuan cenderung memiliki *self-esteem* yang rendah dikarenakan adanya standar kecantikan, diskriminasi serta adanya stereotip gender yang masih melekat di Masyarakat. Ketika seorang individu tidak percaya pada dirinya sendiri itu akan berdampak kepada kesehatan mental seperti sulit menerima diri, tingkat kepercayaan diri yang rendah hingga gangguan kecemasan. Maka perlu bagi seseorang untuk memiliki tingkat *self-esteem* yang baik.



**Gambar 1.1**

### Hasil Survei Jajak Pendapat

Sumber: <https://goodstats.id/article/survei-jakpat-59-gen-z-akui-merasa-alami-gangguan-kesehatan-mental-hMGTL>. Diunduh pada 25 Februari 2024

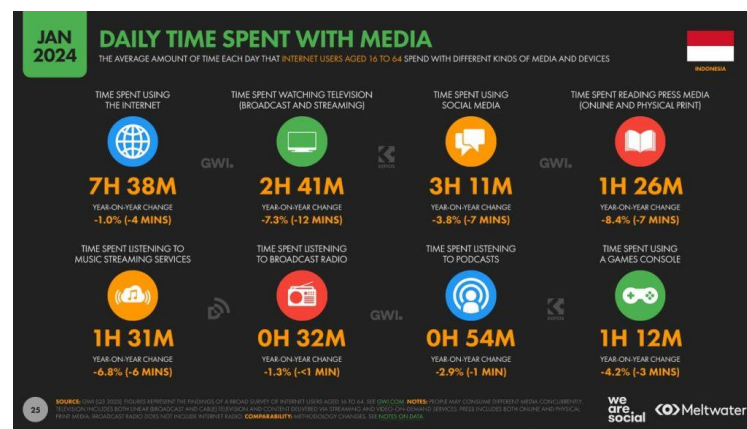
Generasi Z memiliki risiko gangguan kesehatan mental yang lebih tinggi daripada generasi milenial dan generasi X, jika berdasarkan data di atas. Generasi Z mengklaim 59,1% mengalami gangguan kesehatan mental. Keberhasilan fungsi mental, kegiatan produktif, hubungan dengan orang lain dan kemampuan untuk beradaptasi dan mengatasi kesulitan dikenal sebagai kesehatan mental (Larry D Gamm et al., 2010). Kesehatan mental sangat diperlukan untuk kesejahteraan pribadi, hubungan keluarga dan interpersonal, serta kontribusi untuk komunitas atau masyarakat. Oleh karena itu, belakangan ini kesehatan mental menjadi perhatian penting bagi sebagian besar orang.

Keberadaan media sosial menyebabkan generasi Z mulai membandingkan diri sendiri dengan individu lain, itulah yang menjadi faktor penurunan kepercayaan diri hingga berdampak kepada kesehatan mental (detikedu, 2024). Didukung oleh pernyataan dari Ristianti (2023) generasi Z merupakan generasi yang terbiasa dengan teknologi dan internet. Generasi Z ini lahir dan tumbuh bersama internet, sosial media, serta teknologi yang saling terhubung. Hal ini membuat generasi Z mungkin lebih bergantung pada pengakuan dan validasi dari luar untuk membangun harga diri mereka.

Namun, keberadaan media sosial juga tidak selamanya memberikan pengaruh yang buruk. Cepatnya perkembangan media sosial dan internet memberikan kesempatan bagi sebagian individu untuk membuat wadah *sharing* dengan memanfaatkan berbagai teknologi. Kemajuan teknologi yang dewasa ini berkembang semakin canggih, membuat secara tidak sadar sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Semakin berkembangnya internet juga seiringan dengan semakin banyaknya kebutuhan dan keperluan manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang terasa sangat dekat dengan aktivitas manusia adalah media sosial. Pada era sebelum adanya media sosial, media cetak dan televisi menjadi sarana komunikasi utama karena kebutuhan komunikasi dan penyebaran informasi. Selain sebagai media berinteraksi dengan sesama pengguna, media sosial juga saat ini digunakan untuk berbagi informasi. Selaras dengan yang dikatakan oleh Baruah

(2012) bahwa media sosial merupakan media untuk berinteraksi sosial, berbagi pengetahuan dan informasi diantara berbagai kelompok orang.

Saat ini media sosial menjadi wadah yang pas untuk membagikan berbagai informasi, karena selain teknologi yang semakin maju, informasi di media sosial juga sangat mudah diakses dan mudah disebar. Menurut laporan We Are Social terbaru, per-Januari 2024 di seluruh dunia terdapat 5,04 miliar pengguna media sosial dan 5,35 miliar pengguna internet secara keseluruhan (Annur, 2024). Sebanyak 167 juta orang di Indonesia merupakan pengguna media sosial aktif, atau kurang lebih 60,4% dari populasi (We Are Social, 2024).

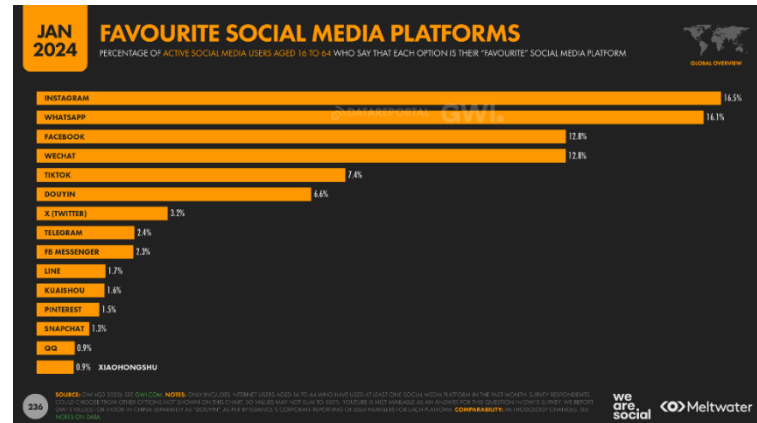


Gambar 1.2

### Hasil Penelitian We Are Social

Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>. Diunduh pada 25 Februari 2024

Dilihat dari grafik di atas, rata-rata jumlah waktu yang dihabiskan oleh penduduk di Indonesia untuk mengakses internet yaitu 7 jam 38 menit perhari, dengan penggunaan paling lama yaitu 3 jam 11 menit untuk mengakses media sosial. Media sosial semakin berkembang dan bermacam-macam jenisnya, *Instagram* menjadi salah satu aplikasi yang populer. Menurut data statistik, *Instagram* menempati posisi teratas sebagai platform *social media* yang sangat disukai oleh orang-orang di seluruh dunia (We Are Social, 2024).

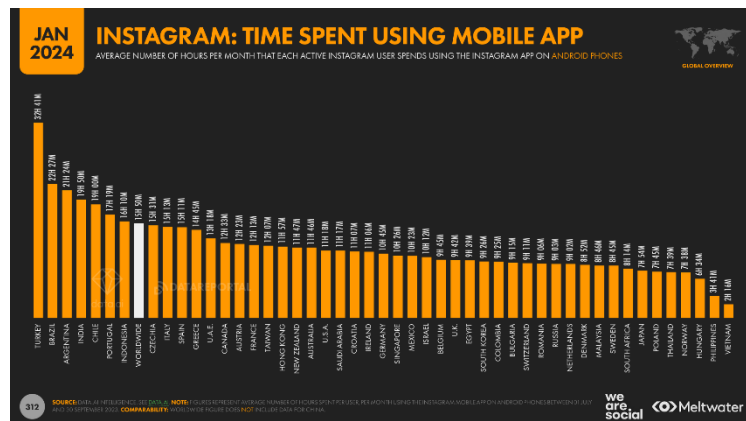


Gambar 1.3

### Hasil Penelitian *We Are Social*

Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Diunduh pada 25 Februari 2024

Dikutip dari [datareportal.com](https://datareportal.com), pengguna *Instagram* di Indonesia pada awal tahun 2024 mencapai 85,3% dari jumlah populasi. Pengguna media sosial Indonesia rata-rata menghabiskan sebanyak 16 jam 10 menit lebih dalam sebulan untuk mengakses aplikasi *Instagram*, ini merupakan tertinggi ke-tujuh di dunia (*We Are Social*, 2024).



Gambar 1.4

### Hasil Penelitian *We Are Social*

Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Diunduh pada 25 Februari 2024

Dilihat dari gambar di atas, masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial khususnya *Instagram*. Ini digunakan oleh beberapa

Rinda Cahyani Siswi Utami, 2024

**PENGARUH KONTEN DESAIN GRAFIS AKUN INSTAGRAM @STUDIODJIWA TERHADAP SELF-ESTEEM (Studi Kuasi Eksperimen pada Perempuan Generasi Z)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

orang untuk membuat wadah berbagi ilmu. Tak terkecuali postingan yang dapat menunjang *self-esteem* seseorang. Tingkat kepercayaan diri seseorang dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yaitu hubungan sosial, kondisi psikologis yang baik, emosi positif, penggunaan media sosial, kepuasan dalam menjalani hidup, presentasi diri, dukungan sosial, dan masih banyak lagi (Ariyanti & Purwoko, 2023). Yoon Hong Gyun (2020) dalam bukunya yang berjudul “How to Respect Myself” merekomendasikan teknik untuk meningkatkan harga diri yaitu dengan memberikan pesan cinta kepada diri sendiri, contohnya “Tidak apa-apa, Kamu sudah melakukan yang terbaik”, “Aku sudah melakukan yang terbaik. Itu saja cukup”, “Aku orang yang baik” pesan cinta ini dapat dilakukan kurang lebih 10 menit dalam satu hari.

Akibatnya, penting bagi seseorang untuk melihat atau mendengarkan sesuatu yang berdampak positif pada pikiran kita. Selain dengan memberikan pesan cinta, salah satu cara lainnya yaitu dengan melihat tayangan yang menyampaikan informasi positif di media sosial. Sudah banyak akun *Instagram* yang mengunggah informasi positif dan kata-kata positif untuk memberikan pikiran positif, baik berupa gambar foto, desain, ataupun video.



**Gambar 1.5**

***Profile Instagram @studiodjiwa***

Salah satu akun yang populer di kalangan masyarakat yaitu @studiodjiwa. Per-tanggal 18 Februari 2024, akun ini tercatat memiliki jumlah pengikut sebanyak 90.200 (*sembilan puluh ribu dua ratus*) pengikut. Konten yang disajikan oleh akun @studiodjiwa pun beragam, serta memiliki visualisasi yang menarik sehingga

Rinda Cahyani Siswi Utami, 2024

**PENGARUH KONTEN DESAIN GRAFIS AKUN INSTAGRAM @STUDIODJIWA TERHADAP SELF-ESTEEM (Studi Kuasi Eksperimen pada Perempuan Generasi Z)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

membuat pengguna *Instagram* atau pengikut akun tersebut tidak bosan. Akun *Instagram* @studiodjiwa menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh *Instagram* sebagai bentuk interaksi kepada pengikut akun tersebut. Akun *Instagram* @studiodjiwa banyak memanfaatkan fitur yang diberikan oleh *Instagram*, seperti *feeds*, *snagram*, *reels*, hingga kolom komentar untuk berinteraksi secara aktif dengan pengikutnya.

Akun ini membagikan informasi mengenai kesehatan mental serta kata-kata positif dengan menggunakan desain grafis yang menarik. Desain grafis ini berisi ilustrasi serta dilengkapi dengan kalimat informasi, hal ini menjadikan akun @studiodjiwa menjadi lebih menarik dan tidak membuat pembaca menjadi bosan. Dalam setiap unggahannya, @studiodjiwa juga selalu mencantumkan *caption* untuk memaksimalkan informasi yang dibagikan. Akun *Instagram* @studiodjiwa juga mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 27 yaitu tidak membagikan postingan yang mengandung unsur penghinaan atau pencemaran nama baik, tidak juga menyebarkan informasi yang mengandung pornografi, perjudian, kekerasan serta tidak mengandung penipuan, ancaman kekerasan atau pelanggaran privasi.

Riset-riset terdahulu banyak memberikan bukti bahwa tingkat penggunaan *Instagram* dapat berpengaruh terhadap *self-esteem* seorang individu (Evelin & Adishesa, 2020)(Kelly et al., 2018)(Vall-Roqué et al., 2021) dan motivasi berprestasi (Rahmawati et al., 2021). Artikel-artikel lampau belum pernah meneliti topik konten desain grafis dengan *self-esteem*, bagaimana konten desain grafis dapat mempengaruhi tingkat *self-esteem* seseorang. Oleh sebab itu, menganalisis bagaimana pengaruh konten desain grafis akun *Instagram* @studiodjiwa terhadap *self-esteem* menjadi fokus dan tujuan dalam studi ini.

Variabel bebas (X) pada penelitian ini ialah konten desain grafis akun *Instagram* @studiodjiwa, sedangkan variabel terikat (Y) adalah *self-esteem*. Peneliti menggunakan teori *Stimulus-Organism-Respon* (SOR). Keberhasilan perubahan sikap bergantung pada karakteristik komunikator seperti kredibilitas mereka dan gaya mereka berkomunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah konten desain grafis berkualitas tinggi memiliki dampak yang signifikan terhadap *self-esteem*. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan

Rinda Cahyani Siswi Utami, 2024

**PENGARUH KONTEN DESAIN GRAFIS AKUN INSTAGRAM @STUDIODJIWA TERHADAP SELF-ESTEEM (Studi Kuasi Eksperimen pada Perempuan Generasi Z)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

metode kuasi eksperimen. Berlandaskan pemaparan latar belakang di atas, peneliti bermaksud melakukan studi dengan judul "Pengaruh Konten Desain Grafis Akun Instagram @studiodjiwa Terhadap *Self-esteem* (studi kuasi eksperimen pada perempuan generasi z)"

## 1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah studi ini dibuat berlandaskan latar belakang di atas, maka berikut ini masalah penelitian yang telah dirumuskan:

1. Apakah terdapat perbedaan *self-esteem* sebelum dan sesudah diberikan *treatment* menggunakan konten desain grafis akun Instagram @studiodjiwa bagi kelompok eksperimen?
2. Apakah terdapat perbedaan *self-esteem* bagi kelompok kontrol yang tidak diberikan *treatment*?
3. Apakah terdapat perbedaan peningkatan *self-esteem* antara kelompok kontrol yang tidak diberikan *treatment* dan kelompok eksperimen yang sudah diberikan *treatment* dengan menggunakan konten desain grafis akun Instagram @studiodjiwa?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui apakah terdapat perbedaan *self-esteem* sebelum dan sesudah diberikan *treatment* menggunakan konten desain grafis akun Instagram @studiodjiwa bagi kelompok eksperimen
2. Mengetahui apakah terdapat perbedaan *self-esteem* bagi kelompok kontrol yang tidak diberikan *treatment*
3. Mengetahui apakah terdapat perbedaan peningkatan *self-esteem* antara kelompok kontrol yang tidak diberikan *treatment* dan kelompok eksperimen yang sudah diberikan *treatment* dengan menggunakan konten desain grafis akun Instagram @studiodjiwa

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini peneliti harap dapat bermanfaat bagi:



## 1. Manfaat Teoretis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan membantu bidang penelitian Ilmu Komunikasi mengenai pengaruh konten desain grafis yang diunggah oleh sebuah akun *Instagram* terhadap peningkatan *self-esteem* seseorang. Penelitian ini berisi informasi terkait konten desain grafis, *self-esteem* dan media sosial *Instagram*.

## 2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap ini dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan tambahan kepada pembaca mengenai konten desain grafis dan *self-esteem*. Penelitian ini juga menyajikan informasi mengenai hubungan antara konten desain grafis sebuah akun *Instagram* dan *self-esteem*.

### 1.5 Struktur Organisasi Skripsi

**BAB I Pendahuluan:** Bab ini dalam sebuah skripsi merupakan bab perkenalan. Bab pendahuluan mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan, keuntungan, dan struktur organisasi, sesuai dengan buku Panduan Penelitian Karya Ilmiah UPI 2019. Struktur ini didasarkan pada karya Evans, Gruba, dan Zobel (2014) dan Paltridge dan Starfield (2007).

**BAB II Kajian Pustaka:** Kajian pustaka adalah bagian penting dari skripsi karena memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau masalah penelitian. Kajian ini biasanya disebut sebagai *state of the art* dan menunjukkan perkembangan terbaru dalam bidang keilmuan. Teori yang dibahas, penelitian sebelumnya, kerangka berpikir, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian dikaji pada bab ini.

**BAB III Metode Penelitian:** Bab yang bersifat prosedural karena membahas bagaimana peneliti membuat alur penelitian. Ini membahas pendekatan dan instrumen yang dipilih, metode untuk mengumpulkan data, dan proses menganalisis data.

**BAB IV Temuan dan Pembahasan:** Pembahasan utama yang diulas di bab ini, yaitu: (1) hasil temuan yang didasarkan pada perhitungan serta analisis data yang dilakukan sesuai dengan susunan rumusan masalah penelitian yang telah

dirumuskan; dan (2) pembahasan mengenai temuan penelitian serta membantu menentukan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah disusun sebelumnya.

**BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi:** Bab V menunjukkan cara peneliti menjabarkan dan mengetahui temuan penelitian serta pelajaran yang bisa diperoleh. Penelitian akhir dapat dilakukan secara menyeluruh atau secara rinci.