BAB I
PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.

A. Latar Belakang Penelitian

Individu menggunakan media sosial untuk melakukan interaksi secara virtual untuk berbagi pemikiran, keyakinan, sikap dan pengalaman mereka dengan orang lain di berbagai tempat (Bailey, dkk, 2013). Pengguna media sosial dapat menciptakan profil mereka sendiri dan membagikan informasi pribadi mereka dengan cara membagikan foto, video, pesan instan kepada teman dan keluarga (Hingerton, 2016). Media sosial yang sedang ramai digunakan diantaranya ialah instagram dan telah menjadi bagian hidup, khususnya pada remaja. Data statistik pengguna instagram di Indonesia tahun 2018 ialah 33% pengguna perempuan dan 28% pengguna laki-laki. Keduanya memiliki rentang usia 13-18 tahun (wearesocial.com).

Remaja memiliki kesempatan untuk memikirkan dan memilih apa yang mereka sukai untuk ditunjukkan kepada orang lain melalui instagram. Mereka menggunggah foto dan membuat tulisan sebagai *caption* dengan menekankan aspek kepribadian mereka atau menggunggah foto terbaik untuk memberikan kesan tertentu (Wong, 2012). Fitur instagram seperti foto dan video digunakan pemakainya untuk membantu remaja menampilkan gambaran diri terbaik mereka dan mempertahankan suatu kesan di depan orang lain (Ting, 2014; Schouten, 2007). Ting (2014) juga menjelaskan remaja akan melakukan presentasi diri untuk mempertahankan hubungan antar individu dengan menggunakan instagram karena individu dapat memilih kesan apa yang ingin ditampilkan melalui foto atau video.

Kesan yang dikelola atau dikemas dalam menciptakan kesan tertentu kepada orang lain disebut sebagai *self-presentation* (Goffman, 1959). *Self-presentation* (presentasi diri) umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memberikan kesan yang baik kepada orang lain, atau kesan yang sesuai dengan keinginan seseorang dan proyeksi identitas secara online (Herring & Kapidzic, 2015).

Setiap individu melakukan berbagai strategi presentasi diri yang membantu mereka untuk mendapatkan apa yang diinginkannya, menciptakan citra diri yang diinginkan, membantu individu dalam membuat dan mempertahankan identitas diri, serta memungkinkan individu cenderung mudah untuk menghadapi lingkungan sosial (Jackson, 2007). Pada waktu yang bersamaan, jika presentasi diri gagal dilakukan maka akan memunculkan depresi (Sarwono, 2009). Ditinjau dari perspektif perkembangan, presentasi diri merupakan bagian penting dari perkembangan emosi sosial remaja (Schouten, 2007), elemen penting dari pengembangan diri (Yang & Brown, 2016) dan memainkan peran dalam perkembangan identitas seperti konsep diri (Brown, 2016). Presentasi diri juga merupakan cara remaja untuk membandingkan perilaku mereka baik pendapat, sikap dan nilai (Schouten, 2007).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2015) menunjukkan bahwa remaja mengirimkan foto atau video ke instagram dikarenakan ada empat kebutuhan, yaitu kebutuhan untuk menjelaskan diri, kebutuhan untuk memperhatikan dan diperhatikan orang lain, kebutuhan untuk tampil baik, dan kebutuhan untuk memperoleh dukungan. Puspitasari (2015) menambahkan bahwa remaja memerlukan teman sebaya agar memperoleh kasih sayang dan penerimaan dari lingkungan sekitar yang nantinya dapat menimbulkan penghargaan kepada dirinya sendiri. Empat kebutuhan tersebut memiliki makna yang terkandung dalam definisi *need to belong.* Penelitian lain juga menjelaskan bahwa remaja menampilkan diri mereka dengan banyak cara dan berusaha untuk terikat dengan teman sebayanya, ini dikarenakan adanya *need to belong* dengan teman sepermainan skala besar di instagram (Sarita & Suleeman, 2017).

Menurut Leary, et al (2013), *need to belong* adalah kebutuhan untuk diterima dalam sebuah kelompok dan berhubungan dengan orang lain. *Need to belong* merupakan bagian dari perkembangan sosial remaja (Agbaria, Ronen, & Hamama, 2012). Remaja memiliki *need to belong* yang kuat pada teman (Lous, dalam Sarita & Suleeman, 2015), karena pertemanan memegang peranan penting bagi remaja sebagai sumber dan dukungan untuk menghadapi permasalahan emosional dan masalah sosial (Ashford dan Lecroy, 2009).

Need to belong muncul sebagai motivasi individu untuk diterima oleh kelompok pertemanan (Lerner, Lamb, dan Freund, 2010 dalam Sarita & Suleeman, 2015). Pengucilan dari kelompok pertemanan berdampak negatif pada kesepian, kesejahteraan emosional, makna dan tujuan hidup dan efikasi diri (Mellor, Stokes, Firth, Hayashi, & Cummins, 2008; Koseoglu, 2015; Baumeister & Leary, 1995; Stillman, Baumeister, Lambert, dkk., 2009; Nadkarni & Hofmann, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Sarita & Suleeman (2015) menunjukkan semakin rendah *need to belong* maka semakin rendah pula presentasi diri yang dilakukan oleh individu dan semakin tinggi *need to belong* maka individu akan semakin melakukan presentasi diri. Presentasi diri yang dilakukan ialah individu menunjukkan kesan menyenangkan seperti memberikan pujian, memperlihatkan kepedulian, kepribadian yang positif dan melakukan sesuatu yang disetujui oleh orang lain.

Selain itu, faktor yang dapat memengaruhi individu melakukan presentasi diri di media sosial adalah harga diri (Arianna, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan Øverup, Brunson, & Acitelli (2015) mengenai presentasi diri dengan harga diri, ditemukan harga diri merupakan faktor penting individu untuk melakukan presentasi diri. Individu yang memiliki harga diri rendah akan melakukan presentasi diri untuk mempromosikan dirinya dengan tujuan meningkatkan kesan dirinya (Gonzales & Hancock, 2011). Hasil penelitian yang sama dilakukan oleh Utz, dkk (2012) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri maka akan semakin rendah melakukan presentasi diri. Namun terjadi perbedaan hasil berdasarkan penelitian Tazghini dan Sielecki (2013) yaitu individu yang memiliki harga diri rendah tidak akan melakukan presentasi diri karena untuk menjaga kesan dirinya. Sedangkan individu dengan harga diri tinggi melakukan presentasi diri dengan tujuan untuk meningkatkan diri (Hingerton, 2016).

Harga diri dipahami sebagai evaluasi positif atau negatif terhadap dirinya (Rosenberg, 1965). Individu yang tidak dapat menghargai dirinya sendiri, akan kesulitan untuk menghargai orang di sekitarnya. Penelitian yang dilakukan Yang & Brown (2016) menemukan terjadi hubungan presentasi diri dengan harga diri pada

mahasiswa pengguna media sosial. Akan tetapi menurut Yang & Brown (2016), temuannya tidak dapat digeneralisasikan pada remaja atau transisi pendidikan sebelumnya. Selain itu, Herring & Kapidzic (2015) menyarankan adanya penelitian harga diri terhadap presentasi diri di media sosial karena media sosial menyediakan berbagai fitur yang mana remaja dapat mengeksplorasi presentasi dirinya.

Pengguna biasanya mengakses instagram melalui telepon genggamnya, sehingga memudahkan pengguna untuk melihat serta mengikuti perilaku-perilaku yang sedang populer di instagram. Misalnya, mengikuti *in my feelings challenge, mannequin challenge,* dan menggunggah foto *out of the day* (OOTD) kekinian. Selain itu, terdapat pula pengguna yang menggunggah foto dengan pose seksi dan vulgar, menggunggah kemesraan di publik, dan menggunggah video *challenge* yang melanggar norma atau aturan di masyarakat.

Peneliti pun melakukan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara informal kepada enam orang remaja SMA di kota Bandung pada tanggal 28 April – 30 April 2018. Hasilnya enam responden menggunakan instagram sebagai wadah untuk mempromosikan diri. Keenam responden tersebut menjelaskan bahwa mereka juga mengevaluasi diri melalui konten-konten yang ditemukannya di instagram. Selain itu, responden menggunakan instagram sebagai tempat bersosialisasi, mengikuti teman-teman dan tidak mau ketinggalan berita yang ada di sekitar pertemanan responden.

Dari data studi pendahuluan dapat dilihat bahwa para remaja pun mempromosikan diri dan menunjukkan eksistensi menggunakan media sosial (instagram). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Gosling, dkk (2007) bahwa untuk memenuhi kebutuhan presentasi diri, individu menggunakan media sosial. Penelitian sebelumnya mengenai penggunaan media sosial dikaitkan dengan harga diri yang lebih tinggi (Back, dkk. 2010). Menurut Srisayekti, Setiady, & Sanitioso (2015) harga diri berdampak luas pada sikap dan perilakunya. Dengan demikian, individu akan mempresentasikan dirinya sesuai dengan harga dirinya.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan studi pendahuluan yang dilakukan, peneliti berasumsi bahwa remaja dengan *need to belong* tinggi dan harga diri yang tinggi akan memiliki presentasi diri yang

tinggi ketika menggunakan instagram. Peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *need to belong* dan harga diri pada presentasi diri remaja pengguna instagram di SMA Kota Bandung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *need to belong* dan harga diri terhadap presentasi diri pada remaja pengguna instagram di SMA Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian kepada Remaja di SMA Kota Bandung adalah untuk menguji data secara empirik mengenai pengaruh *need to belong* dan harga diri pada presentasi diri pada remaja pengguna instagram di SMA Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu Psikologi terutama bagi ilmu Psikologi Perkembangan mengenai pengaruh *need to belong* dan harga diri terhadap presentasi diri pada remaja di SMA Kota Bandung,

2. Manfaat Praktis

Bagi remaja, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi pada remaja khususnya yang menggunakan instagram dapat mempresentasikan diri dengan tidak melanggar norma atau aturan di masyarakat.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan data penelitian selanjutnya.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini terdiri dari 5 bab, dalam setiap babnya terdapat beberapa sub bab, dengan rincian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan
A. Latar Belakang Penelitian
B. Rumusan Masalah
C. Tujuan Penelitian
D. Manfaat Penelitian
E. Struktur Oranganisasi Penelitian
Bab II Kajian Pustaka
A. Presentasi Diri
B. Harga Diri
C. *Need to Belong*
D. Instagram
E. Kerangka Pemikiran
F. Hipotesis Penelitian
Bab III Metodologi Penelitian
A. Desain Penelitian
B. Populasi dan Sampel Penelitian
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional
D. Instrumen Penelitian
E. Teknik Pengambilan Data
F. Prosedur Penelitian
G. Teknik Analisis Data
H. Proses Pengembangan Instrumen
Bab IV Metodologi Penelitian
A. Gambaran Demografis Partisipan
B. Gambaran Umum *Need to Belong*
C. Gambaran Umum Harga Diri
D. Gambaran Umum Presentasi Diri
E. Hasil dan Pembahasan Pengujian Hipotesis
F. Keterbatasan Penelitian
Bab V Kesimpulan, Implikasi dan Rekomendasi
A. Kesimpulan
B. Implikasi
C. Saran

Nisrina Farahana Salsabila Wibowo, 2018
PENGARUH NEED TO BELONG DAN HARGA DIRI TERHADAP PRESENTASI DIRI PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DI SMA KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu