

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penelitian.

A. Latar Belakang

Jawa Barat merupakan provinsi dengan pengguna internet terbesar di Indonesia, sebagian besar internet tersebut dipakai untuk mengakses media sosial (Rachmawati, 2019). Di antara kota-kota di Jawa Barat, Bandung merupakan kota yang memiliki jumlah pengguna media sosial terbanyak dan media sosial yang sering digunakan yaitu Facebook, Instagram, dan Twitter (Pemerintah Provinsi Jawa Barat, 2019). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2016, Instagram termasuk ke dalam aplikasi media sosial kedua yang paling banyak digunakan setelah Facebook, yakni sejumlah 19,9 juta orang (APJII, 2016).

Dalam aplikasi Instagram terdapat berbagai macam fitur seperti mengunggah aktivitas sehari-hari dalam bentuk foto dan video, menggunakan *Instastory* dan *Instagram Live*, pengeditan dengan menambahkan lokasi foto, mencari teman dan menandai mereka dalam suatu foto, mengomentari foto teman, mengobrol, dan menggunakan pesan langsung. Pengguna Instagram juga dapat mengatur akun mereka menjadi privat atau publik (Salim, Rahardjo, Tanaya, & Qurani, 2017). Wendt (2014) menyatakan bahwa Instagram mendapatkan popularitas karena desainnya yang memotivasi pengguna untuk memberikan *like* dan mengomentari suatu unggahan untuk berkomunikasi dengan pengunggahnya (Chua & Chang, 2016).

Dibandingkan dengan media sosial lain seperti Facebook, pengguna Instagram lebih fokus pada kegiatan berbagi foto, peningkatan kualitas gambar, serta memiliki efek positif yang tinggi untuk pengembangan ekspresi, identitas, dan promosi diri (Jackson & Luchner, 2017; Jang, Han, Shih, & Lee, 2015; Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017). Bahkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh

Marcus (dalam Sheldon & Bryant, 2016) media sosial Instagram lebih konsisten dengan identitas pribadi daripada identitas relasi karena fiturnya dengan format foto dan video. Dengan berbagi foto dan video di Instagram, pengguna dapat menggambarkan diri yang terbaik dari mereka serta menjaga citra tertentu di depan umum sehingga pengguna dapat memilih kesan tertentu dari apa yang ditampilkannya (Ting, 2014). Tindakan mengatur dan menentukan citra/kesan diri secara sengaja untuk memperlihatkannya di depan orang lain disebut presentasi diri (Ting, 2014). Perilaku tersebut lazim ditemukan di media sosial khususnya pada remaja dengan menampilkan dirinya melalui foto atau video (Rui & Stefanone, 2013), yang pada umumnya bertujuan untuk membuat suatu kesan yang menguntungkan (Goffman, 1959). Remaja dapat mengelola kesan dengan berusaha membuat dirinya lebih lucu, menarik dan berpengetahuan serta menunjukkan kepedulian dan keramahan pada teman mereka. Mereka juga dapat memberikan penjelasan jika melakukan kesalahan atau menyampaikan permintaan maaf jika menyakiti orang lain (Huang, 2014).

Presentasi diri pada remaja dalam media sosial menjadi hal yang penting karena mendukung kebutuhan substansial remaja dalam berkomunikasi dan menjaga hubungan dengan teman sebayanya (Subrahmanyam, Reich, Waechter, & Espinoza, 2008). Apabila ditinjau dari sisi perkembangan, presentasi diri juga menjadi aspek penting untuk menunjang perkembangan sosial, emosional, dan identitas remaja (Caspi, 2000; Gonzales & Hancock, 2011; Yang & Brown, 2016).

Walaupun presentasi diri penting untuk perkembangan remaja, namun juga bisa membawa dampak negatif bagi individu yang mempresentasikan dirinya tidak sesuai dengan kehidupan nyata (Wright, White, & Obst, 2018). Salah satu kasus tersebut terjadi pada pengguna Instagram bernama Lissette Calveiro (selebgram). Pada setiap unggahannya, Lissette menampilkan dirinya dengan memakai barang mewah dan bepergian ke tempat liburan yang eksotis. Demi menjaga kesan terhadap orang lain, Lissette menjalani hidup penuh kebohongan dan memiliki hutang yang banyak sampai 142 juta (Muliana, 2018). Hal serupa juga dilakukan oleh Fiona Melbul, seorang

traveler Australia yang nekat liburan ke Amerika tanpa menyadari kemampuannya. Untuk perjalanan tersebut, Fiona berhutang sampai 283 juta. Hal tersebut ia lakukan agar bisa mengunggah foto terbaiknya dan mendapatkan *likes* serta komentar dari temannya sehingga ia merasa senang (Prakoso, 2019). Dari kedua kasus tersebut menunjukkan bahwa individu terus berupaya menampilkan kesan/citra tertentu di hadapan orang lain agar bisa mendapatkan penerimaan.

Pada umumnya, individu menampilkan suatu kesan tertentu karena ingin diterima, disukai, dan dikagumi yang cenderung lebih dianggap positif oleh orang lain (Leary et al., 1994). Hal tersebut dikarenakan individu sering bergantung pada persepsi dan evaluasi orang lain, sehingga individu sering mengendalikan atau mengatur apa yang ingin mereka tampilkan agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Goffman, 1959). Begitu pula dengan remaja, mereka sangat memperhatikan pandangan dan persepsi orang lain terhadapnya di media sosial (Boyd, 2007; Harter, 1999) dan kekhawatirannya atas persepsi orang lain menjadi bagian penting untuk perkembangan identitasnya (Caspi, 2000). Menurut Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam (2014) persepsi dari orang lain tersebut dapat ditampilkan melalui suatu umpan balik.

Dalam media sosial termasuk Instagram, remaja bisa mendapatkan umpan balik setelah mengekspresikan dirinya lewat foto dan video (Mehdizadeh, 2010; Michikyan et al., 2014; Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006). Adapun bentuk umpan balik yang ada dalam Instagram antara lain berupa komentar dan *like* (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009) yang dapat terlihat langsung dan dapat diukur secara kuantitatif (Sherman, Payton, Hernandez, Greenfield, & Dapretto, 2016). Umpan balik yang diberikan oleh teman-teman sebaya bersifat lebih krusial dalam memengaruhi remaja (Orth & Robins, 2014; Steinberg, 2008; Thomaes et al., 2010; Zimmer-Gembeck & Skinner, 2011). Apabila remaja mendapatkan umpan balik yang negatif dan kasar secara berulang dapat menyebabkan stres dan menurunkan rasa harga diri (Yang & Brown, 2016) yang memberikan dampak negatif lebih buruk seperti isolasi sosial, depresi, perilaku menyakiti sendiri hingga bunuh diri (Bauman, Toomey, & Walker, 2013). Namun ketika remaja mendapatkan

umpan balik positif dari teman sebaya dalam bentuk *likes* dan komentar yang baik, secara tidak langsung akan mewakili status sosialnya dan membantu untuk menampilkan keunikan dirinya di media sosial (Jang et al., 2015). Selain itu remaja juga merasakan adanya penerimaan sosial dari teman dan peningkatan popularitas pada profilnya sehingga penting baginya untuk mendapatkan umpan balik dari teman sebaya (Boyd dalam Li, Chang, Chua, & Loh, 2018). Pada kenyataannya, umpan balik positif pada media sosial jauh lebih umum daripada umpan balik negatif (Koutamanis, Vossen, & Valkenburg, 2015).

Umpan balik tersebut berfungsi sebagai kriteria di mana individu dapat menilai unggahan mereka sendiri, sehingga pengguna terutama remaja akan terus-menerus mengoptimalkan profil atau unggahan mereka di media sosial (Madden et al., 2013). Setiap pengguna mungkin memiliki tujuan yang berbeda ketika mempresentasikan diri mereka sendiri, namun seringkali remaja memiliki ekspektasi yang tinggi ketika mengunggah sesuatu agar mendapatkan umpan balik yang langsung dan bersifat positif (Sherman et al., 2016).

Mayoritas individu senang menerima umpan balik yang positif karena memiliki nilai penguat yang berperan sebagai *reward* (Elliott, Frith, & Dolan, 1997). Hal ini dikarenakan, *reward* berperan sebagai penguat yang dapat meningkatkan intensitas/frekuensi perilaku, maka umpan balik yang positif mampu memotivasi individu untuk tampil maksimal dalam melakukan sesuatu (DePasque, 2016) dan menjadi lebih berinisiatif untuk mencapai tujuan-tujuan mereka (Fishbach & Finkelstein, 2012). Begitu pula pada remaja yang melakukan presentasi diri, umpan balik yang bersifat positif berfungsi untuk mengonfirmasi kesan yang ingin ditampilkan dalam gambar atau video yang diunggah di Instagram (Walther, 1996) sehingga mendorong remaja untuk terus melakukan presentasi diri. Hal tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Metzler & Scheithauer (2017, 2018) dan Yang & Brown (2016) menunjukkan bahwa adanya hubungan antara presentasi diri dan umpan balik. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan korelasi positif sehingga semakin mendapatkan banyak umpan balik positif, maka semakin sering melakukan presentasi diri.

Namun, peneliti belum menemukan penelitian mengenai pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri. Padahal dalam kehidupan remaja masa kini, presentasi diri dan umpan balik teman sebaya dalam media sosial menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam situasi sosial. Dengan demikian, penting juga untuk mengetahui dan memahami pengaruh dari umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri.

Di Instagram, remaja memiliki tujuan agar kesan yang ingin ditampilkan lewat foto dan video dapat diterima oleh teman dan pengikutnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, remaja memerlukan suatu evaluasi apakah dirinya percaya telah memiliki kemampuan dan kompetensi untuk memenuhi tujuannya (Tett & Burnett, 2003). Ketika individu mengembangkan kepercayaan diri pada mereka sendiri dan pada kemampuan mereka untuk melakukan sesuatu, maka individu semakin fokus mengatur kesan dirinya di hadapan orang lain (Aggarwal & Krishnan, 2013). Dalam hal ini, kepercayaan diri tersebut dinilai sebagai efikasi diri.

Menurut Bandura (1997) efikasi diri merupakan persepsi atau kepercayaan seseorang atas kemampuan mereka dalam mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan agar mencapai usaha yang sukses. Dalam konteks media sosial, efikasi diri telah diidentifikasi menjadi penentu kesuksesan dalam perilaku di media sosial (Gangadharbatla, 2008) termasuk dalam melakukan presentasi diri (Mielke, 1990). Hal tersebut didukung penelitian oleh Choi, Moon, & Chun (2015) dan Sun & Wu (2012) yang menunjukkan bahwa efikasi diri dapat meningkatkan presentasi diri.

Selain efikasi diri mendukung keberhasilan dalam presentasi diri, efikasi diri juga dinilai sebagai variabel yang paling penting agar suatu umpan balik diterima secara efektif (Weiss, 1977). Individu dengan efikasi diri yang lebih tinggi dapat menerjemahkan suatu umpan balik menjadi tindakan yang lebih berharga yaitu dengan menemukan cara yang lebih kreatif dan lebih berkomitmen untuk mencapai tujuan mereka. Sedangkan individu dengan efikasi diri yang rendah, cenderung tidak menyesuaikan tujuan diri dengan umpan balik yang didapatkan serta tidak termotivasi untuk melakukan berbagai upaya lainnya (Latham & Locke, 1991). Berbagai upaya dan tujuan yang

ingin dicapai tersebut merujuk pada presentasi diri. Hal ini menunjukkan efikasi diri tinggi dapat memperkuat umpan balik positif yang didapatkan sehingga presentasi diri dapat meningkat dan efikasi diri rendah memperlemah umpan balik positif sehingga presentasi diri dapat menurun. Dengan kata lain, tinggi rendahnya efikasi diri dapat memoderasi pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri, serta peran efikasi diri dalam memoderasi pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri pada remaja pengguna Instagram di Kota Bandung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri pada remaja pengguna Instagram?
2. Apakah efikasi diri memoderasi pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri pada remaja pengguna Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri pada remaja yang menggunakan Instagram.
2. Untuk mengetahui pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya terhadap presentasi diri yang dimoderasi oleh efikasi diri pada remaja yang menggunakan Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis dari penelitian ini untuk pengembangan kajian psikologi yang membahas mengenai pengaruh umpan balik positif dari teman sebaya

terhadap presentasi diri yang dimoderasi oleh efikasi diri pada remaja dalam menggunakan media sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan landasan oleh para praktisi dalam memahami dinamika remaja dalam melakukan presentasi diri terkait penggunaan media sosial Instagram.

E. Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian teoretis mengenai umpan balik positif dari teman sebaya, efikasi diri, dan presentasi diri serta pemaparan mengenai kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan, meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian yang digunakan serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pemaparan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis dan pengolahan data serta pembahasan dari hasil penelitian tersebut.

5. BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi uraian kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab iv, implikasi dan rekomendasi yang diberikan pada pihak remaja dan peneliti selanjutnya.