

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya kemajuan teknologi serta informasi khususnya internet pada saat ini memang menyumbangkan banyak manfaat bagi manusia. Namun, dibalik sumbangan manfaat yang ditawarkan oleh perkembangan tersebut tentu saja terdapat dampak negatif bagi penggunanya. Salah satu dampak dari penggunaan internet khususnya media sosial yaitu terhadap kepercayaan diri penggunanya. Mayoritas pengguna media sosial adalah remaja. Menurut pengamatan psikolog dari San Diego State University Jean Twenge, media sosial memicu krisis kepercayaan diri terhadap remaja (Liputan6.com, 2018, hlm. 3).

Setiap orang harus melalui tahap remaja dalam pertumbuhan mereka. Masa remaja adalah proses mencapai kondisi seorang individu bisa dikatakan matang secara mental, emosi, sosial, fisik serta merupakan suatu perpindahan dari masa anak-anak menjadi dewasa (Hurlock, 1991b). Perubahan remaja termasuk pertumbuhan fisik dan psikologis yang signifikan (stres, kecemasan, depresi) (Fitri dkk., 2018, hlm. 2) serta lingkungan sosial memunculkan banyak tantangan dan masalah. Kurangnya kepercayaan diri menjadi salah satu masalah yang sering dijumpai pada anak-anak. Pada masa remaja, salah satu komponen kepribadian yang paling signifikan adalah kepercayaan diri (Walgito, 2010). Percaya diri ialah bentuk rasa serta keyakinan pada kemampuan seseorang agar berhasil dengan upaya seseorang sendiri dan membangun penilaian positif terhadap lingkungan seseorang, memungkinkan seseorang untuk beroperasi dengan percaya diri dan tenang dalam situasi apa pun (Fitri dkk., 2018, hlm. 2). Kepercayaan diri adalah salah satu aset terpenting seseorang dalam memenuhi tuntutan pribadinya. Seseorang yang memiliki kemandirian berpikir dan hati biasanya akan matang menjadi sosok manusia yang percaya diri. Memahami dan berpikir bahwa setiap manusia memiliki kekuatan dan kekurangan unik mereka adalah salah satu langkah pertama dan terpenting dalam mengembangkan kepercayaan diri. Agar produktif dan bermanfaat bagi orang lain, kekuatan seseorang harus dipupuk dan dimanfaatkan (Hakim, 2005, hlm. 6). Kepercayaan diri remaja memanifestasikan

dirinya sebagai kesediaan untuk menerima diri sendiri apa adanya (Ifdildkk., 2017, hlm. 111). Menerima diri sendiri adalah sikap yang mengungkapkan kegembiraan mengenai realitas diri sendiri. Sikap ini mencerminkan kepuasan dengan atribut kemampuan diri yang asli. Remaja yang merasa cukup dan puas dengan kualitas mereka lebih cenderung merasa terlindungi, tidak kecewa, dan paham kebutuhan mereka sendiri, memungkinkan mereka untuk mandiri dan tidak bergantung pada orang lain untuk membuat keputusan yang objektif. Individu berusia remaja yang memiliki kepercayaan dapat terlihat dari citra dan konsep dirinya. Menurut Hurlock (1991, hlm. 8) respon yang baik seseorang terhadap penampilan pribadinya akan menimbulkan rasa puas, yang akan mempengaruhi pertumbuhan mentalnya.

Penampilan individu sangat berpengaruh terhadap kepercayaan diri. Penampilan individu bisa dilihat dari fashion yang digunakan. Fashion sangat penting untuk penampilan dan gaya hidup seseorang. Seseorang yang mengenakan pakaian tidak hanya karena kegunaannya, tetapi juga karena nilai atau citra yang dapat dicapai dengan mengenakannya. Seperti keinginan untuk tampil menarik, fashionable, trendy, *elegant*, dan feminim. Akibatnya, orang memilih untuk memakai pakaian karena nilai estetika daripada nilai utilitasnya (Trisnawati, 2011, hlm. 39). Istilah fashion digunakan oleh masyarakat barat saat ini sebagai sinonim untuk make-up, gaya, dan pakaian, menurut Polhemus dan Procter (dalam Hendariningrum & Susilo, 2008, hlm. 25). Sehingga seseorang dapat mengamati dan menilai bagaimana kita berpakaian karena pakaian dapat mewakili kepribadian seseorang. Menurut Chaney (1996, hlm. 57), salah satu aspek terpenting dari gaya hidup adalah penampilan. Dengan begitu, seseorang bisa tampil dengan percaya diri. Fashion seseorang selain dari penampilannya, bisa terlihat juga dari seberapa besar minat individu terhadap fashion. Individu yang memiliki minat fashion akan selalu mencari informasi seputar fashion di media.

Bryant & Zillmann (2002, hlm. 45) menegaskan bahwa media memiliki dampak yang signifikan terhadap pikiran, perasaan, dan perilaku khalayak terlebih di media sosial. Hal tersebut dapat dimungkinkan karena rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia adalah 3 jam 26 menit (We Are Social & Hootsuite, 2020, hlm. 22). Pada tahun 2020, menurut data (We Are Social & Hootsuite, 2020, hlm. 17) Indonesia memiliki 175,4 juta pengguna internet pada tahun 2020. 160 juta

pengguna internet tersebut menggunakan media sosial. Media sosial adalah platform yang memungkinkan orang untuk berinteraksi secara elektronik (Ardianto & Komala, 2004, hlm. 103). Individu dapat melakukan pertukaran dua arah melalui media sosial tanpa memperhatikan waktu, jarak, atau biaya (Maulana Putra, 2015, hlm. 149). Media sosial berisi sejumlah aplikasi bawaan yang dapat dianggap sebagai one-stop shop (Kadeni & Srijani, 2018, hlm. 64). Pengguna akun dapat melakukan berbagai aktivitas '*multitasking*' secara online menggunakan media sosial ini, seperti berkirim pesan, chatting, blogging, dan lain sebagainya (Hidayat, 2014, hlm. 41–82). Seiring berjalannya waktu, media sosial juga dimanfaatkan sebagai sumber informasi dan hiburan (Aini & Nanda, 2019, hlm. 43–50).

Twitter menjadi salah satu media sosial yang saat ini semakin banyak digunakan. Dilansir dari situs berita kompas (Clinton & Nistanto, 2019), menurut laporan, jumlah orang yang menggunakan Twitter secara teratur meningkat di seluruh dunia. Pengguna aktif harian di platform Twitter meningkat 17% menjadi 145 juta pengguna pada kuartal ketiga 2019, menurut laporan keuangan Twitter. Menurut laporan, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pemakai akun Twitter aktif harian yang tumbuh paling cepat. Berdasarkan data dari (We Are Social & Hootsuite, 2020, hlm. 19), pengguna twitter di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 10,65 juta pengguna aktif. Banyaknya pengguna aktif melahirkan beberapa *influencer* di twitter. *Influencer* itu sendiri adalah seseorang yang memiliki banyak kekuasaan atas pengikutnya (Putri, 2018, hlm. 3), contohnya seperti akun dengan username @ustadchan.

Pemilik akun @ustadchen, Andini Saras yang akrab dipanggil “BABAH” merupakan seorang penggemar kpop yang pernah tinggal dan menempuh Pendidikan di Korea Selatan. Babah lulus dari Korea University pada tahun 2014 dengan mengantongi dua gelar yaitu Bachelor of Journalism dan Bachelor of Art. Latar belakang Babah tersebut membuat banyak penggemar kpop yang mengikuti akun media sosialnya. Dalam akun twitternya, Babah sering *mereview* barang-barang yang dia beli di online shop salah satunya yaitu produk fashion. Selain itu Babah juga sering menunjukkan gaya berpakaianya di twitter. Terpaan konten-konten *review* produk yang Babah beli dan konten-konten fashionnya di akun @ustadchen secara tidak langsung memiliki pengaruh terhadap pengikutnya

khususnya mengenai gaya berbusana. Terpaan itu sendiri dapat didefinisikan sebagai tindakan individu atau kolektif mendengar, melihat, dan membaca pesan media, atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut (Elvinaro, 2014, hlm. 168). Semakin sering terkena paparan konten di media sosial, maka semakin besar pula pengaruh dari konten tersebut. Namun selain itu teori terpaan media mengungkap faktor lain yang sangat krusial yaitu atensi, sehingga semakin memperhatikan konten tersebut maka pengaruh konten tersebut semakin tinggi.



Gambar 1.1 Konten Fashion Akun Twitter @ustadchen

Berdasarkan catatan kependudukan pengguna twitter di Indonesia mayoritas dalam rentang usia 16 hingga 24 tahun. Rentang usia tersebut menurut jurnal penelitian terbaru yang diterbitkan oleh The Lancet dengan judul penelitian “*The Age of Adolscence*” (Sawyer dkk., 2018, hlm. 223–228) masih dikatakan sebagai remaja yang merujuk pada masa transisi seorang individu. Karena masa remaja ialah masa perpindahan dari masa kanak-kanak menuju kedewasaan, maka sangat mudah bagi seseorang dalam tahap kehidupan ini untuk terpengaruh oleh berbagai faktor, baik positif maupun negatif. Hal ini terjadi karena keadaan emosi

remaja sedang berubah-ubah, dan mereka sangat sensitif terhadap apa pun yang terkait dengan kepribadian dan masalah mereka (Brilliandita & Putrianti, 2015, hlm. 45). Dengan karakteristik seperti itu, minat remaja mudah dipengaruhi oleh konten-konten di media sosial kemudian hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja tersebut.

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai fashion dan pengaruhnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Catherine M. Daters yang berjudul *“Important of Clothing and Self Esteem of Adolscencents”* pada tahun 1990 menyebutkan bahwa pakaian sebagai kenyamanan dan harga diri remaja di lingkungan sosialnya (Daters, 1990). Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Riani Mudiawati; Siti Mar’atus S; Sri Nur A; Syifa Nurhayati Z; Iwan Ridwan Yusup membahas mengenai pengaruh penggunaan outfit terhadap rasa percaya diri mahasiswa. Fokus penelitian sebelumnya lebih banyak membahas mengenai hubungan langsung antara fashion dan rasa percaya diri, oleh karena itu peneliti mencoba meneliti bagaimana hubungan minat fashion dan kepercayaan diri remaja melalui penggunaan media. Selain itu, penelitian sebelumnya banyak yang menggunakan Instagram sebagai medianya, padahal saat ini menurut situs berita mojok.co banyak selebgram yang ikut-ikutan dan beralih menjadi selebtwit di twitter karena twitter kembali pada masa kejayaannya (Mulyara, 2020).

Berlandaskan penguraian di atas, peneliti terdorong melakukan penelitian terhadap akun twitter @ustadchen mengenai pengaruhnya terhadap kepercayaan diri remaja pengikutnya. Penelitian ini menggunakan metode regresi moderasi dengan menggunakan Teori Jarum Hipodermik yang menjelaskan bagaimana media mempengaruhi perilaku seseorang.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah minat fashion terhadap konten fashion @ustadchen mempengaruhi kepercayaan diri pengikutnya?
- 1.2.2 Apakah terpaan media akun twitter @ustadchen mempengaruhi kepercayaan diri pengikutnya?

1.2.3 Apakah minat fashion pada konten @ustadchen mempengaruhi kepercayaan diri pengikutnya setelah dimoderasi oleh terpaan media akun twitter @ustadchen?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk menganalisis pengaruh minat fashion pada konten akun twitter @ustadchen terhadap kepercayaan diri pengikutnya.

1.3.2 Untuk menganalisis pengaruh terpaan media akun twitter @ustadchen terhadap kepercayaan diri pengikutnya.

1.3.3 Untuk menganalisis tingkat terpaan media akun twitter @ustadchen memoderasi pengaruh minat fashion pada konten akun twitter @ustadchen terhadap kepercayaan diri pengikutnya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari sisi teori, Teori jarum hipodermik memandu peneliti mendapatkan hasil bahwa terpaan media sangat berpengaruh terhadap hubungan minat fashion dan kepercayaan diri remaja yang dijabarkan dalam skripsi ini. Kemudian peneliti berharap adanya perubahan kearah yang positif dari hasil penelitian ini, yaitu berupa pengetahuan dan referensi mengenai pengaruh minat fashion dan terpaan media terhadap kepercayaan diri remaja.

1.4.2 Manfaat Praktik

Secara praktik, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan informasi kepada para pengguna twitter khususnya akun @ustadchen mengenai efek terpaan konten-konten *fashion* di twitter terhadap kepercayaan diri remaja.

Selain itu, penelitian ini bisa menjadikan acuan atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti pengaruh terpaan media sosial khususnya media sosial twitter yang saat ini kembali meraih masa kejayaannya dan memungkinkan akan banyak remaja-remaja baru yang menggunakan twiiter.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Penyusunan tugas akhir ini mengikuti pedoman yang dituangkan dalam Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut susunan penelitian ini :

Bab I : Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka

Dalam bab dua ini memuat beberapa landasan konsep dan teori-teori yang relevan untuk mengkaji penelitian. Selain itu, terdapat pembahasan penelitian yang sudah ada untuk digunakan sebagai rujukan dalam penelitian, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab metode penelitian memuat desain penelitian, partisipan penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, instrument penelitian, operasional variabel, pengujian instrument, prosedur penelitian serta teknik analisis data.

Bab IV : Temuan dan Pembahasan

Bab temuan dan pembahasan penelitian berisi mengenai hasil atau temuan penelitian secara rinci. Hasil dan temuan penelitian didapatkan dari pengolahan data dan analisis data mengenai pengaruh minat fashion di media sosial twitter terhadap kepercayaan diri remaja. Pembahasan dalam bab ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Bab V : Simpulan, Implikasi dan Saran.

Bab penutup dalam skripsi ini memuat kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta memunculkan saran terkait penelitian yang telah dilakukan.