

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet merupakan salah satu kemajuan teknologi yang terus berkembang. Kim (2020) menyebutkan bahwa internet sebagai infrastruktur publik yang akan terus berkembang dalam menyediakan konektivitas dasar untuk komunikasi daring. Menjadi suatu hal penting di era serba digital ini karena internet sangat memudahkan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari. Survei yang dikutip dari *We Are Social* dalam artikel Haryanto (2020) menyebutkan bahwa pada Februari 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa dilihat dari jenis perangkat yang digunakan, 96% masyarakat Indonesia menggunakan *smartphone* dalam mengakses internet. Hampir bisa dipastikan bahwa setiap orang yang menggunakan *smartphone* pasti terhubung dengan internet.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada November 2020 pengguna internet di Indonesia naik hampir mencapai 200 juta, yaitu 196,7 juta pengguna. Hal ini disebabkan karena pandemi Covid-19 sejak awal Maret 2020 yang menerapkan kebijakan-kebijakan baru memaksa masyarakat untuk tetap di rumah saja (Tim Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020). Tim APJII (2020) juga menyebutkan bahwa adanya peningkatan penggunaan internet terutama media sosial selama pandemi Covid-19 di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat tetap harus menjalani aktivitas sehari-hari, seperti bekerja dari rumah dan belajar jarak jauh bagi siswa maupun mahasiswa. Internet menjadi salah satu penunjang cara untuk tetap berkomunikasi selama pandemi. Selain mengurangi aktivitas tatap muka, berbagai jenis protokol kesehatan dihimbau oleh Kementerian Kesehatan Indonesia kepada masyarakat secara tegas sebagai upaya mengurangi laju penularan dari virus (Bramasta, 2021).

Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam rangka memutus mata rantai penyebaran Covid-19 mempengaruhi segala bidang, salah satunya bidang pendidikan. Meningkatnya kasus Covid-19 di Indonesia memaksa untuk meliburkan sekolah hingga perguruan tinggi (Hanifah, 2020). Kegiatan di sekolah diliburkan bukan berarti aktivitas belajar ditiadakan. Dampak pandemi Covid-19

mengubah bentuk pembelajaran bagi siswa di Indonesia yang sebelumnya tatap muka menjadi *e-learning* atau pembelajaran elektronik. Sesuai dengan keputusan menteri tentang panduan penyelenggaraan pembelajaran pada tahun ajaran 2020/2021 dan tahun akademik 2020/2021 (dalam Damayanthi, 2020), mengatur bahwa selama masa pandemi Covid-19 semua lembaga pendidikan dari tingkat dasar sampai dengan perguruan tinggi pembelajaran dilakukan secara daring. Pendidikan dengan jarak jauh bertujuan untuk meningkatkan pemerataan akses dalam hal belajar agar tidak adanya ketertinggalan pembelajaran pada siswa. *E-education* atau pendidikan elektronik mendukung peningkatan kualitas pendidikan demi penyebaran yang rata ke segala daerah di Indonesia (Pujilestari, 2020).

Metode pembelajaran daring memang terlihat lebih unggul dari segi waktu dan akses yang tidak terbatas. Kelebihan dari belajar daring adalah tempat belajar yang fleksibel dan waktu yang tidak terbatas (Mahmudah, 2020). Tidak hanya berdampak pada sistem pendidikan saja, pelaku pendidikan pun terkena dampak khususnya mahasiswa. Secara psikologis, mahasiswa menjadi mudah jenuh karena keterbatasan aktivitas yang dihimbau untuk di rumah saja. Adaptasi kebiasaan baru yang membatasi pertemuan langsung memaksa komunikasi lebih sering dilakukan secara daring, salah satunya dengan media sosial.

Hadirnya dunia virtual menawarkan banyak manfaat dari beragam fitur yang ada di media sosial. Media sosial menjadikan cara baru berkomunikasi dengan jangkauan lebih luas (Watie, 2011). Manning (2014) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform digital yang melibatkan partisipasi interaktif antar individu maupun kelompok yang diintegrasikan dalam kehidupan pribadi guna memudahkan aksesibilitas dalam berkomunikasi dan mencari informasi maupun hiburan. Akses yang tidak terbatas memberi kebebasan dan keleluasaan bagi individu dalam berinteraksi melalui media sosial.

Menurut ilmu Psikologi, perilaku seseorang di media sosial bisa disebut sebagai *social media engagement*. Ni, Shao, Geng, Qu, Niu & Wang (2020) mendefinisikan *social media engagement* sebagai sikap individu terhadap hubungan bersamaan dengan penggunaan media sosial. Keterlibatan seseorang di media sosial dapat mempengaruhi perilakunya karena adanya anteseden yang dilibatkan, kemudian ia membedakan antara makna keterlibatan media sosial secara

lebih personal dan makna keterlibatan menurut perseorangan (Ghangi & Wasko, 2016). Antecedent yang termasuk dalam keterlibatan di media sosial merupakan hasil dari kondisi psikologis individu tersebut.

Selain sebagai media berkomunikasi, media sosial dapat menjadi pelampiasan masalah pribadi dan mampu memuaskan sebagai pelarian dari rutinitas selama pandemi Covid-19 (Rohmah, 2020). Penggunaan media sosial di masa pandemi ini juga bisa meningkatkan stres pada seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Hong, Liu, Ding, Fu, Zhen & Sheng (2020) menemukan bahwa berita di media sosial yang berisi tentang informasi Covid-19 dapat meningkatkan tingkat kecemasan pada mahasiswa. Tidak dapat dihindari bahwa banyaknya berita beredar di media sosial mengenai informasi Covid-19. Media sosial menjadi cara alternatif yang efektif untuk menyebarkan informasi Covid-19 selama pandemi (Wong, Ho, Olusanya, Antonini & Lyness, 2020). Ditambah beban tugas yang cukup besar karena banyaknya mata kuliah yang harus diikuti dan dipelajari dalam masa pandemi ini dapat membuat mahasiswa stres. Argaheni (2020) menemukan bahwa belajar daring menyebabkan mahasiswa menjadi pasif, kurang kreatif dan produktif, beberapa mahasiswa juga masih bingung dengan cara atau metode belajar daring, penumpukan informasi dan bahkan mahasiswa mengalami stres.

Ketika kita merasa tertekan, biasanya kita akan mencari kesenangan untuk melepas tekanan tersebut yang kira-kira bisa membangun rasa bahagia. Remaja menggunakan media sosial untuk bersosialisasi, selain itu juga sebagai tempat untuk berekspresi dan mencari hiburan (Bayraktar & Gun, 2007). Menurut Diener (2009), kebahagiaan merupakan istilah populer yang merujuk pada suasana hati menyenangkan yang dialami pada saat tertentu dalam pengaruh positif. Kebahagiaan dalam individu masing-masing memiliki "titik setel" atau kriteria yang dapat berubah sebagaimana individu tersebut mengalami peristiwa positif maupun negatif. "Titik setel" tersebut sebagai evaluasi subjektif hidup mereka yang meliputi perasaan tentang kepuasan hidup, minat dan keterlibatan, reaksi afektif seperti kegembiraan dan kesedihan terhadap peristiwa kehidupan dan kepuasan dengan pekerjaan, kesehatan, hubungan, makna dan tujuan, dan domain penting lainnya. Hal ini disebut sebagai *subjective well-being* atau kesejahteraan subjektif.

Kebahagiaan adalah salah satu bagian dalam *subjective well-being* yang berarti suatu pandangan subjektif dari suatu individu. *Subjective well-being* dapat memberikan dampak positif jika memiliki tingkat *subjective well-being* yang tinggi, seperti kesehatan, panjang umur serta lebih produktif (Diener & Tay, 2015). Masyarakat yang sehat dapat berkontribusi dengan baik dan efektif. Terkadang individu yang mencari kebahagiaan itu egois dan tidak bertanggung jawab, padahal dengan tingginya kebahagiaan seseorang yang sejalan dengan tingginya tingkat *subjective well-being* membentuk sifat pro-sosial dan membawa kemajuan yang positif dan baik (Diener & Ryan, 2009). Individu berusaha untuk mendapatkan kepuasan dalam hidupnya demi kebahagiaan yang diharapkan. "*A good life*" merupakan kehidupan yang mana lebih banyak kesenangan dan kebahagiaan daripada rasa sakit atau penderitaan (Maddux, 2018). Sejalan dengan hal tersebut, *subjective well-being* berfokus pada evaluasi subjektif terhadap kehidupan suatu individu yang juga menunjukkan bahwa individu sebagai "hakim" atas kebahagiaan dan kepuasan hidupnya.

Pittman & Reich (2016) menemukan bahwa media sosial khususnya pada *Instagram* dan *Snapchat* dapat meningkatkan kebahagiaan. Penelitian tersebut memfokuskan hanya pada dua platform media sosial, yaitu *instagram* dan *snapchat* yang merupakan media sosial berbasis gambar. Selain itu, penelitian tersebut juga meneliti hubungan antara penggunaan media sosial dengan kesepian. Meningkatnya kebahagiaan yang secara tidak langsung berpengaruh juga pada *subjective well-being*, menunjukkan bahwa pentingnya *social media engagement* pada suatu individu. *Social media engagement* sendiri merupakan sikap individu dalam penggunaan media sosial yang mempengaruhi perilakunya terhadap hubungan (Ni, Shao, Geng, Qu, Niu & Wang, 2020; Gangi & Wasko, 2016). Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti *social media engagement* yang dapat dinilai meningkatkan *subjective well-being* selama masa pandemi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan *social media engagement* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini untuk mendapatkan data hubungan *social media engagement* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan psikologi khususnya mengenai *social media engagement* dan *subjective well-being* pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi mahasiswa bahwa diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran keterlibatan media sosial dapat mengurangi stres di masa pandemi dan meningkatkan *subjective well-being* mereka.
- b. Manfaat bagi masyarakat bahwa diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial di masa pandemi untuk mencari informasi yang lebih bermanfaat.

E. Struktur Penulisan Penelitian

Sistematikan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, diantaranya:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang dipecah menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, serta struktur penulisan penelitian.

2. BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori dan konsep mengenai *social media engagement* dan *subjective well-being*, serta menjelaskan kerangka berpikir dan hipotesis yang kemudian menciptakan asumsi penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian yang digunakan, populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan, definisi konseptual dan definisi operasional, teknik pengambilan data, instrumen penelitian yang digunakan serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari hasil analisis data penelitian mengenai hubungan *social media engagement* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia kota Bandung. Bab ini juga menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya dan menjelaskan hasil temuan penelitian sebelumnya.

5. BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini berisikan kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian yang telah dilakukan. Bagian ini juga mencakup saran dari hasil penelitian yang dapat dijadikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.