

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini mempermudah kita dalam berinteraksi. Pengiriman maupun penerimaan pesan dan informasi, kini bisa dilakukan dengan menggunakan beragam media yakni audio, visual, audio visual, serta digital. Salah satu layanan internet yang paling populer di kalangan masyarakat saat ini yaitu media sosial. Pengguna media sosial dapat berbagi foto, video, ataupun pengalaman mereka di media sosial.

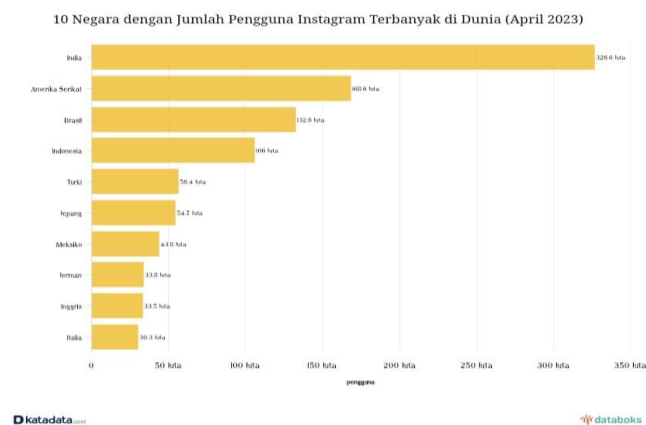
Pengguna media sosial aktif di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 191,4 juta, pada tahun 2021 jumlah ini meningkat sebanyak 170 juta, artinya pengguna media sosial aktif naik sebesar 12,6% (*We are social*, 2022).

Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Menurut Andi Dwi Riyanto dalam *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*, jumlah pengguna Instagram di dunia mencapai 1,32 miliar per Januari 2023. Indonesia menduduki posisi ke-4 sebagai pengguna Instagram terbanyak di dunia dengan 103,3 juta pengguna. Posisi pertama ditempati oleh India dengan 229,99 juta pengguna Instagram. Di posisi ke-2 ditempati oleh Amerika Serikat dengan 143,35 juta pengguna, posisi ke-3 ditempati oleh Brasil dengan 113,5 juta pengguna dan setelahnya ditempati oleh Indonesia. Sementara di bawah Indonesia ada Turki dengan 48,65 juta pengguna, kemudian Jepang 45,7

juta, Meksiko 36,7 juta, Inggris 28,76 juta, Jerman 27,45 juta dan Italia 26,2 juta pengguna. Hal tersebut bisa dilihat dari table di bawah ini :

Gambar 1.1

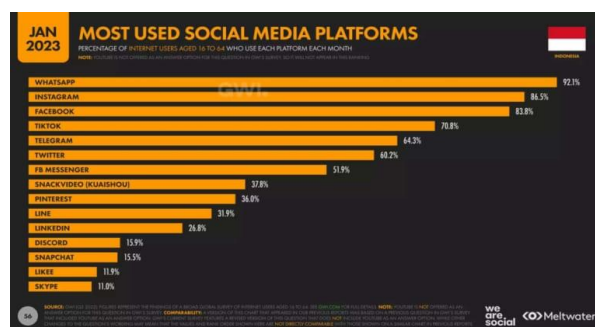
Jumlah Pengguna Aktif Instagram di Dunia



Data dari *We are social 2023* *We are social* menyebutkan bahwa Instagram merupakan platform media sosial terbanyak kedua yang digunakan di Indonesia pada tahun 2023, di urutan pertama Whatsapp (92,1 %), ketiga Facebook (83,8 %) dan keempat yaitu Tiktok (70,8 %). Hal tersebut bisa dilihat dari tabel di bawah ini :

Gambar 1.2

Persentase Pengguna Media Sosial



Di Sumatera Barat, belum ada data yang pasti terkait dengan jumlah pengguna Instagram. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) diketahui bahwa kota Bukittinggi menempati posisi pertama sebagai kota yang penduduknya paling banyak yang mengakses internet untuk 3 tahun terakhir. Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penduduk usia 5 tahun ke atas yang mengakses internet dalam 3 bulan terakhir di Kota Bukittinggi mengalami peningkatan yang signifikan.

Tabel 1.1

Persentase Penduduk Usia 5 Tahun Ke Atas yang Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Berdasarkan Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat

Kabupaten/Kota	Pernah Mengakses Internet			Tidak Pernah Mengakses Internet		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Kab. Kepulauan Mentawai	38.19	37.42	43.58	61.81	62.58	56.42
Kab. Pesisir Selatan	51.11	57.60	63.06	48.89	42.40	36.94
Kab. Solok	47.89	53.34	59.90	52.11	46.66	40.10
Kab. Sijunjung	49.75	63.53	65.02	50.25	36.47	34.98
Kab. Tanah Datar	54.87	63.30	68.23	45.13	36.70	31.77
Kab. Padang						
Pariaman	50.10	56.81	62.80	49.90	43.19	37.20
Kab. Agam	55.59	67.19	66.16	44.41	32.81	33.84
Kab. Lima Puluh Kota	52.22	56.15	63.60	47.78	43.85	36.40
Kab. Pasaman	40.84	54.68	62.25	59.16	45.32	37.75
Kab. Solok Selatan	55.52	58.59	69.53	44.48	41.41	30.47

Kab. Dharmasraya	61.43	76.01	77.73	38.57	23.99	22.27
Kab. Pasaman Barat	51.13	51.53	62.02	48.87	48.47	37.98
Kota Padang	76.54	72.45	79.56	23.46	27.55	20.44
Kota Solok	75.08	77.29	81.83	24.92	22.71	18.17
Kota Sawahlunto	66.00	70.49	72.19	34.00	29.51	27.81
Kota Padang Panjang	77.73	84.51	85.68	22.27	15.49	14.32
Kota Bukittinggi	80.50	84.32	85.87	19.50	15.68	14.13
Kota Payakumbuh	74.00	75.29	77.40	26.00	24.71	22.60
Kota Pariaman	65.53	70.69	75.31	34.47	29.31	24.69
Provinsi Sumatera						
Barat	58.14	63.13	68.64	41.86	36.87	31.36

Sumber : BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional

Berdasarkan fenomena tersebut penulis melakukan pengambilan data awal di Kota Bukittinggi. Berdasarkan koesioner sementara kepada 35 responden pada 7 Desember 2023. Diperoleh data sebagai berikut:

Table 1.2
Hasil Koesioner Mengenai Penggunaan Media Sosial

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Pilihan	Jumlah	Persentase
1.	Apakah anda menggunakan media sosial?	Ya	35	100 %
		Tidak	0	0 %
2.	Media sosial apa yang sering anda gunakan?	Tik tok	11	31,43 %
		Whatsapp	8	22,86 %
		Facebook	2	5,71 %
		Instagram	13	37,14 %
		Lainnya	1	2,86 %
3.	Berapa rata-rata waktu yang anda gunakan untuk mengakses media sosial yang sering anda gunakan di atas?	I sampai 2 jam	7	20 %
		2 sampai 3 jam	13	37,14 %
		3 sampai 4 jam	6	17,14 %
		4 sampai 5 jam	1	2,85 %
		5 sampai 6 jam	5	14,28 %

		Lainnya	3	8,57 %
4.	Apakah anda pernah melakukan postingan di media sosial anda?	Pernah	34	97,14 %
		Tidak pernah	1	2,86 %
5.	Apakah yang anda posting di media sosial anda?	Foto	13	38,24 %
		Video	11	32,36 %
		Update status	8	23,53 %
		Musik	2	5,88 %
		Lainnya (tidak ada)	1	2,94 %
6.	Jika anda tidak pernah melakukan postingan di media sosial, kegiatan apa yang anda lakukan di media sosial anda?	Menonton postingan orang yang bermanfaat bagi saya	1	2,86 %

Sumber : Hasil Kuisioner pada tanggal 7 Desember 2023

Dari data tabel 1.2 di atas, dapat kita lihat bahwa dari 35 orang responden, semua responden (100 %) memiliki akun sosial media. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram dengan 13 orang (37,14 %). Rata-rata waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial tersebut adalah 2 sampai 3 jam per hari (37,14 %). Dari 35 responden, sebanyak 34 responden pernah melakukan postingan di akun media sosialnya (97,14 %). Adapun postingan yang di posting oleh responden di akun media sosialnya yang paling banyak dalam bentuk foto (38,24 %). Hanya 1 responden yang tidak pernah melakukan postingan, media sosial miliknya digunakan untuk menonton postingan orang lain yang bermanfaat (2,86 %).

Instagram adalah alat yang memudahkan berbagi foto dan video secara online dengan pengikut Instagram pengguna. Sistem sosial Instagram dirancang untuk menjadi pengikut akun pengguna lain atau

mendapatkan pengikut Instagram. Dengan demikian, komunikasi antar pengguna lain dapat tercipta dengan menyukai dan mengomentari gambar yang diunggah.

Mahendra (2017) mengatakan bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang digandrungi oleh pengguna *gadget* saat ini. Instagram adalah aplikasi untuk membagikan foto, video dan memberikan berbagai fitur seperti membagikan story, filter, siaran langsung dan Instagram tv.

Karena fiturnya yang beragam, Instagram memiliki banyak pengguna. Mengunggah foto dan video adalah cara yang mudah untuk mencurahkan perasaan dan berinteraksi dengan orang lain. Hingga saat ini, banyak orang yang dapat menghasilkan uang dengan menggunakan Instagram dengan memasarkan barang atau berjualan online. Meskipun ada banyak keuntungan untuk pengguna Instagram yang berlebihan, juga ada banyak kerugian. Misalnya saja kecanduan Instagram sampai lupa waktu serta membandingkan kehidupan diri sendiri dengan kehidupan orang lain.

Media sosial Instagram menjadi sorotan yang sangat sering dibicarakan di kalangan berbagai usia, salah satu usia yang menjadi trend di kalangan remaja. Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescence* (kata bendanya *adolescenta* yang berarti remaja) yang berarti tumbuh menjadi dewasa (Hurlock, 2011).

Santrock (2011), menjelaskan bahwa masa remaja dapat didefinisikan sebagai periode transisi dari masa kanak-kanak ke dewasa dimana usianya berkisar antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 sampai 22 tahun bagi pria yang dapat ditandai dengan perubahan biologis, kognitif dan psikologis.

Pada setiap periode transisi, tampak ketidakjelasan status dan munculnya keraguan terhadap peran yang harus dimainkannya. Pada masa ini, remaja bukan lagi seorang anak dan bukan juga seorang dewasa. Di sisi lain, ketidakjelasan status ini memberikan peluang kepadanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola tingkah laku, nilai, dan sifat yang paling relevan dengannya (Al-Mighwar, 2011).

Masa remaja juga disebut sebagai masa mencari jati diri atau *ego identity*. Erikson (dalam Febrini, 2017) mengatakan bahwa ada masa ketika seseorang menjadi terfokus pada identitas diri mereka dan siapa mereka sebenarnya. Instagram dapat digunakan oleh remaja sebagai alat untuk *self presentation*, membantu mereka mengubah dan mempercantik diri untuk mendapatkan kesan yang diinginkan dari orang lain. Persepsi positif yang mereka harapkan sebagai penegasan dari orang lain berkaitan dengan *online self presentation*. Penegasan atau dukungan orang lain membuat seseorang merasa berharga (Yang & Brown, 2016). Remaja percaya bahwa menjaga penampilan diri yang positif di media sosial adalah penting karena mereka harus terlihat menarik, berkepribadian, dan mudah disukai.

Melalui Instagram, remaja seolah diberikan ruang untuk menampilkan visualisasi diri sebaik mungkin, terlebih didukung fitur-fitur yang berfokus pada hal tersebut. Dalam *self presentation*, seseorang akan menampilkan diri individu dengan berbagai aspek yang berbeda dari diri, seseorang tidak hanya menampilkan *real self* atau diri yang sebenarnya, maupun *ideal self* atau menampilkan diri sesuai dengan harapan individu dan *false self* atau menampilkan diri yang palsu.

Mempresentasikan diri di media sosial menjadi sangat penting. Akibatnya, seseorang akan melakukan segala cara untuk mendapatkan perhatian orang lain di media sosial. Salah satu ilustrasinya menunjukkan seorang wanita Los Angeles yang sangat terlibat dengan media sosial sehingga rela menjalani operasi plastik berkali-kali untuk memperbaiki penampilannya saat mengambil gambar atau video untuk diposting di akun media sosialnya (Nigrum, 2014). Seorang wanita Tionghoa yang memposting gambar dirinya yang menarik di media sosial untuk menarik perhatian pria yang diinginkannya adalah ilustrasi tambahan. Namun, pria yang sebelumnya tertarik pada kecantikannya menjadi sangat kecewa ketika mereka bertemu secara langsung karena gambaran diri wanita yang dia unggah di media sosial berbeda dengan yang dia tunjukkan (Aliana, 2015).

Berdasarkan contoh di atas, seseorang harus mempertimbangkan kembali manfaat dan keburukan yang terjadi setelah melakukan presentasi diri di Instagram. Pengaruh presentasi diri di media sosial ini dapat positif

atau negatif tergantung pada cara seseorang mempresentasikan dirinya. Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan orang membagikan informasi pribadi. Instagram juga memungkinkan penggunanya mengakses informasi terbaru, seperti informasi tentang hiburan, pengetahuan umum, dan gaya hidup modern. Ini memungkinkan mereka untuk menambah teman, meningkatkan peluang untuk belajar, memudahkan untuk berbagi informasi baru, dan menghasilkan karya melalui media sosial (O'Keeffe & Pearson, 2011).

Dampak negatif Instagram termasuk kurangnya kepercayaan diri dengan penampilannya sehingga cenderung meniru apa yang diposting di Instagram, kurangnya pengawasan saat menggunakannya akan mengakibatkan kurangnya waktu untuk belajar dan berkomunikasi dengan orang-orang di sekitarnya, dan penyebaran berita palsu (*hoax*) yang menyebabkan kehilangan privasi, berkurangnya kemampuan bersosialisasi secara nyata, *bullying*, dan *cyber crime*. Begitu banyak dampak positif dan negatif dari penggunaan Instagram. Namun baik dampak positif maupun negatif dari Instagram tergantung pada penggunanya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang individu dalam melakukan *self presentation* di media sosial adalah *self esteem* (Kusumasari & Hidayati, 2014). Menurut Baron dan Byrne (dalam Dachmiati dan Amalia, 2017) *self esteem* adalah evaluasi diri yang dibuat oleh masing-masing individu, sikap seseorang terhadap dirinya sendiri disepanjang dimensi positif dan negatif. Ghufon dan Risnawita (2016)

mengatakan *self esteem* adalah penilaian diri yang dilakukan seseorang terhadap dirinya yang didasarkan pada hubungannya dengan orang lain. *Self esteem* merupakan hasil penilaian yang dilakukannya dan perlakuan orang lain terhadap dirinya dan menunjukkan sejauh mana individu memiliki rasa percaya diri serta mampu berhasil dan berguna. *Self esteem* juga disebut sebagai harga diri atau gambaran diri yang diungkapkan dalam sikap positif atau negatif.

Remaja membagikan foto atau video ke Instagram sebagai salah satu bentuk kegiatan untuk menampilkan diri ke orang lain. Hal tersebut mempengaruhi bagaimana remaja memandang diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat atau dinilai oleh orang lain. Adanya persepsi diri yang beranggapan bahwa pentingnya penilaian-penilaian orang lain terhadap individu sangat berpengaruh pada penilaian pribadi mengenai kepantasan diri dalam mengekspresikan melalui tindakan dan penilaian tersebut ditujukan kepada dirinya sendiri. Penilaian-penilaian yang dilakukan oleh individu yang biasa disebut dengan *self esteem* atau biasa dikenal dengan harga diri (Coopersmith, 2007).

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang dikemukakan Fullwood dkk., (2015) dan beberapa penelitian serupa menggaris bawahi bahwa pentingnya peran faktor dalam diri yang mempengaruhi presentasi yang dilakukan seseorang. Menurut sebuah studi tentang presentasi diri dan harga diri yang dilakukan oleh oleh Rozika & Ramdhani (2016) menyajikan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu

dalam melakukan presentasi diri di media sosial adalah harga diri (*self-esteem*). Individu yang mempunyai harga diri rendah akan menampilkan diri mereka untuk mempromosikan diri dan meningkatkan citra diri mereka (Ramadhani & Ningsih, 2021).

Berdasarkan fenomena yang sudah dipaparkan mengenai maraknya penggunaan Instagram yang salah satunya dijadikan sebagai tempat untuk mempresentasikan diri penggunanya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Self Esteem* Terhadap *Online Self Presentation* Pada Pengguna Media Sosial Instagram Pada di SMKN 1 Bukittinggi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pokok dalam penelitian ini adalah: “Apakah ada pengaruh *self esteem* terhadap *online self presentation* pada pengguna media sosial Instagram di SMKN 1 Bukittinggi ?”

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan penelitian yang akan dilakukan agar tidak mencakup terlalu luas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini :

1. Tingkat *self esteem* pada siswa di SMKN 1 Bukittinggi
2. Tingkat *online self presentation* pada siswa di SMKN 1 Bukittinggi

3. Pengaruh *self esteem* terhadap *online self presentation* pada pengguna media sosial Instagram di SMKN 1 Bukittinggi

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang harus dicari gambarannya dan tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui tingkat *self esteem* pada siswa di SMKN 1 Bukittinggi
2. Untuk mengetahui tingkat *online self presentation* pada siswa di SMKN 1 Bukittinggi
3. Untuk mengetahui pengaruh *self esteem* terhadap *online self presentation* pada pengguna media sosial Instagram di SMKN 1 Bukittinggi

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada semua orang tentang pengaruh *self esteem* terhadap *online self presentation*.
2. Memperkaya referensi baru tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi dan membentuk *self esteem* dan *online self presentation*.

b. Secara Praktis

1. Bagi SMKN 1 Bukittinggi, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang *self esteem* terhadap *online self presentation* pengguna media sosial Instagram di kalangan remaja di SMKN 1 Bukittinggi.
2. Bagi pengguna media sosial Instagram, adanya penelitian ini diharapkan agar pengguna media sosial Instagram lebih bijak dan positif dalam melakukan *online self presentation* di media sosial Instagram.

F. Sistematika Penulisan

- BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II Tinjauan pustaka, yang terdiri teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, hubungan antara variabel, penelitian yang relevan, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian
- BAB III Metodologi penelitian, yang terdiri dari penjelasan mengenai jenis penelitian yang digunakan, definisi operasional populasi dan sampel, serta instrumen penelitian
- BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan, yang terdiri dari pelaksanaan penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan
- BAB V Kesimpulan dan saran