

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi memungkinkan manusia melakukan interaksi sosial secara global dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Menurut Nasrullah (dalam Rahmania, 2020), media sosial adalah platform berbasis internet yang memfasilitasi penggunaanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, dan memungkinkan penggunaanya untuk menjalin komunikasi secara virtual. Fenomena ini tercermin dari jutaan orang yang kini membangun hubungan sosial dengan tidak mengenal batas waktu, tempat, maupun budaya melalui berbagai platform seperti email, Facebook, Twitter, Instagram, dan lain sebagainya. Hal ini dibuktikan dengan temuan bahwa akses media sosial melalui perangkat seluler semakin meningkat yang menegaskan bahwa teknologi, dalam bentuk media sosial, telah menjadi bagian dari upaya manusia dalam mempertahankan konektivitas sosial dengan sesamanya (Catur, 2019).

Perkembangan teknologi ini tidak hanya mengubah cara berkomunikasi, namun juga mengubah seluruh aspek kehidupan, mulai dari aktivitas sederhana hingga pemenuhan kebutuhan sebagai individu dan makhluk sosial. Suharni & Danuri (2019) dalam studinya menyatakan bahwa kemajuan teknologi memberikan dampak multidimensional dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Misalnya, kehadiran internet dan media sosial telah menghilangkan batas jarak dan waktu yang

memungkinkan pengguna dari seluruh dunia terhubung dalam hitungan detik sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar alat komunikasi, melainkan juga berperan sebagai sarana untuk memperluas wawasan, memperkaya pengalaman, bahkan hingga membentuk identitas sosial di era digital.

Di antara berbagai platform media sosial, instagram menjadi salah satu platform yang paling berpengaruh, salah satunya adalah dalam membentuk konsep diri penggunanya. Hal ini dibuktikan oleh jumlah pengguna instagram yang terus meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2021 saja, instagram telah memiliki 1.04 miliar pengguna aktif dari seluruh dunia dan diperkirakan akan meningkat hingga 1.44 miliar di tahun 2025 yang berarti 31.2% dari total pengguna internet menggunakan instagram (Dixon, 2021). Platform yang pertama kali dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 2010, awalnya dirancang hanya untuk berbagi foto dan video singkat namun saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Menurut Bulan & Yulianto (2017), daya tarik instagram terletak pada tampilan yang berfokus pada konten visual sehingga memungkinkan untuk pengguna mengekspresikan kreativitas melalui penyuntingan gambar, filter artistik, maupun cerita (*stories*) yang bersifat temporer. Fitur-fitur yang ada di instagram tersebut tidak hanya meningkatkan estetika tampilan platform melainkan juga mendorong pengguna untuk terus berkreasi, sebagaimana dijelaskan oleh Untari (2018) bahwa instagram mampu

menginspirasi dan mengasah kreativitas penggunanya. Namun, dibalik kemudahan mengekspresikan diri ini, beberapa studi telah menemukan bahwa penggunaan instagram terutama kalangan muda termasuk mahasiswa cenderung membagikan momen “terbaik” mereka yang telah diakurasi secara visual sehingga memicu perbandingan sosial, yaitu proses di mana individu menilai dirinya berdasarkan standar ideal teman sebaya atau figur publik yang ada di instagram (Tiggemann, 2018; Febrianthi dkk., 2020; Nurdin, & Piara, 2024).

Mekanisme ini selaras dengan teori perbandingan sosial Festinger (1954) yang diadaptasi Vogel dkk. (2014), di mana eksposur terhadap konten “ideal” di media sosial memicu evaluasi diri seperti *upward* atau *downward comparison*. Hal tersebut berdampak positif maupun negatif: di satu sisi, perbandingan ini dapat membuat individu merasa “lebih baik” daripada orang lain dan cenderung melihat dirinya dengan pandangan positif hingga meningkatkan konsep diri dan motivasi untuk berprestasi, sementara di sisi lain, individu yang merasa “kurang” beresiko mengalami penurunan kepercayaan diri hingga menimbulkan ketidakpuasan terhadap citra diri mereka yang pada akhirnya membuat konsep diri menjadi negatif (Vogel dkk. 2014; Nasution, 2024).

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menggunakan media sosial berkaitan dengan tujuan yang ingin diperoleh seseorang dari penggunaan media sosial. Faktor-faktor tersebut adalah, perilaku mencari informasi (*information seeking behavior*), perilaku mencari hiburan dalam

mengisi waktu luang (*hedonic behavior*), dan rasa ke komunitas (*sense of community*) (Nova, Faizin 2022). Hal ini menjadikan media sosial sebagai salah satu kebutuhan bagi sebagian orang, tidak jarang media sosial dijadikan sebagai gaya hidup atau *lifestyle* yang digunakan sebagai cara untuk menunjukkan identitas diri (Bowo, 2023).

Pengaruh instagram terhadap konsep diri tidak bekerja secara isolatif. Teori ekologi Bronfenbrenner (1979) menegaskan bahwa perkembangan individu dipengaruhi oleh interaksi sistem mikro (keluarga dan teman sebaya) dan makro (budaya dan norma). Dalam konteks ini, dukungan sosial yang berbentuk tatap muka dari lingkungan keluarga maupun sekolah berfungsi sebagai perlindungan yang menetralkan efek negatif dari perbandingan sosial online terutama melalui instagram (Harter, 1999). Misalnya, validasi langsung dari prestasi akademik atau penerimaan sosial di kampus dapat mengimbangi tekanan yang dirasakan individu untuk memenuhi standar instagram. Namun, jika faktor eksternal ini lemah seperti minimnya dukungan keluarga, kerentanan terhadap distorsi konsep diri akibat instagram dapat meningkat secara signifikan (Harter, 1999; Sam dkk., 2024).

Konsep diri merujuk pada citra diri yang mencakup persepsi, keyakinan, nilai, serta penilaian individu tentang dirinya (Ranny, 2017). Menurut Hurlock (1974), konsep diri meliputi aspek fisik, psikologis, sosial, dan prestasi, sementara Santrock (2011) lebih menekankan bahwa konsep diri merupakan bagian dari evaluasi diri. Konsep diri bukanlah konsep yang

terbentuk sejak lahir, melainkan konsep yang terbentuk melalui interaksi sosial dan memengaruhi perilaku individu (Hurlock, 1974).

Menurut Schmidt & Cagram (dalam Michelle, 2017) lingkungan sosial yang berbeda mempengaruhi konsep diri individu dengan cara yang berbeda-beda. Perasaan diterima atau ditolak oleh seseorang akan sangat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap penilaiannya terhadap dirinya dan dunia. Kail & Cavanaugh mengemukakan bahwa perasaan ditolak oleh orang lain menyebabkan rendahnya harga diri, ketidakstabilan emosi, ketidakpekaan dan pandangan negatif terhadap lingkungan. Sedangkan perasaan diterima oleh orang lain akan mengakibatkan perasaan bahagia, konsep diri yang lebih tinggi, stabilitas emosional dan *responsiveness* dan pandangan positif terhadap lingkungannya, sedangkan konsep diri yang rendah dapat mengakibatkan ketidakpercayaan diri pada diri individu

Menurut Rahmat (Mamlu'ah, 2019) kepercayaan diri dapat diartikan sebagai keyakinan terhadap diri sendiri serta bagaimana orang tersebut memandang dirinya secara utuh dengan mengacu pada konsep diri. Dalam Al-Qur'an dan hadist terdapat beberapa ayat yang mengindikasikan percaya diri seperti:

Dalam hadist Ibn Taimiyah sebagai berikut :

مَنْ عَرَفَ نَفْسَهُ فَقَدْ عَرَفَ رَبَّهُ

“Barangsiapa yang mengenal dirinya, maka ia akan mengenal Tuhannya, dan barangsiapa yang mengenal Tuhannya maka binasalah (fana) dirinya”

Merujuk pada sabda diatas, bahwa yang harus dikenal pertama oleh manusia adalah Allah SWT, jika manusia sudah mengenal Allah SWT dengan baik maka ia akan memiliki kepribadian atau dirinya dengan baik karena dengan mengenal Allah SWT manusia dapat mengetahui perintah dan larangan. Adapun diri manusia terbagi dua sebagaimana firman Allah SWT (Nurrohmah, 2022).

Syekh Tajuddin Ibn ‘Athaillah dalam kitabnya mengatakan “hadits ini memilikimpunyai dua makna”. Pertama, barangsiapa yang mengetahui kelemahan dirinya dan ketergantungan kepada Allah SWT, niscaya ia akan ditunjukkan dengan kemahakusaan, kemuliaan, serta keagungan Allah SWT. Proses ini menuntut seseorang untuk mengenal dirinya terlebih dahulu sebelum mengenal Tuhannya, sebagaimana jalan orang-orang *al-salikin* (yang menempuh perjalanan spiritual menuju Allah). Kedua, barangsiapa yang mengenal dirinya sendiri, maka berarti ia telah mengenal Allah sebelumnya. *Al-Majzuubin* atau orang yang *fana* dalam berzikir kepada Allah SWT merupakan julukan bagi orang yang sering mengalami proses ini. Selain itu, Al-Qur’an juga menegaskan pentingnya peran manusia dalam menyerukan kebaikan dan mencegah kemungkaran, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”

Ayat ini menunjukkan bahwa manusia diciptakan dengan kelebihan dan keistimewaan, baik secara mental, fisik, maupun spiritual seperti akal, nafsu dan kekuatan fisik. Kelebihan ini diberikan agar manusia dapat memastikan kebaikan terlaksana dan keburukan terhindar.

Meskipun telah banyak penelitian terdahulu yang mengkaji hubungan media sosial dan konsep diri (Fardouly dkk. 2015; Santrock, 2011), dinamika unik mahasiswa Indonesia terutama dalam budaya yang menekankan kebersamaan dan keseimbangan sosial (Koentjaraningrat, 1985) masih jarang mendapat perhatian. Di tengah anugerah yang di berikan oleh Allah SWT berupa akal, nafsu, serta kekuatan fisik dan spiritual yang memungkinkan manusia menimbang baik dan buruk, realitas di dunia maya khususnya instagram seringkali memicu konflik internal dalam membentuk dan mempertahankan konsep diri.

Instagram sebagai ruang *self-presentation* dan validasi sosial (Marwick, 2013) menciptakan paradoks bagi mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang, di mana di satu sisi platform ini membantu mereka dalam membangun personal branding dan strategi bisnis sesuai dengan nilai-nilai syariah. Namun di sisi lain, tekanan untuk

menampilkan kesuksesan akademik dan gaya hidup dapat bertentangan dengan nilai kolektivisme (Hofstede, 2001), yang menekankan kebersamaan dan harmoni sosial. Hal ini berpengaruh terhadap konsep diri yang mencakup persepsi diri, citra mata orang lain, dan pencapaian (Hidayati, 2021) sehingga rentan akan distorsi ketika identitas digital (*online self*) tidak selaras dengan identitas nyata (*offline self*) (Gonzales & Hancock, 2011).

Peneliti memilih mahasiswa aktif Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang angkatan 2022 yang secara aktif memanfaatkan media sosial instagram dalam aktivitas sehari-hari, karena mahasiswa dalam jurusan ini diharapkan mampu menguasai media sosial sebagai instrument atau alat utama dalam pengembangan dan promosi bisnis berbasis syariah. Interaksi yang intens dengan media sosial instagram bukan hanya menjadi bagian dari keseharian, tetapi juga merupakan faktor penting dalam membangun keterampilan kompetensi akademik dan profesional.

Serta platform ini dapat berperan membantu untuk membentuk personal branding dan dapat mengembangkan strategi bisnis yang selaras dengan nilai-nilai syariah, Oleh karena itu, mahasiswa perlu memiliki kesadaran kritis terhadap potensi instagram sebagai sarana pemasaran sekaligus memahami dampak psikologisnya, seperti distorsi konsep diri akibat perbandingan sosial yang sering terjadi di media sosial khususnya instagram. Untuk melihat fenomena pengaruh penggunaan instagram terhadap konsep diri pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam

Bonjol Padang, peneliti menyebarkan angket kepada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang angkatan 2022. Berikut adalah hasil penyebaran angket tersebut:

Tabel 1.1
Angket Skala Konsep Diri
Berdasarkan Kuesioner

No	Pernyataan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase	Jumlah Responden	Total
1	Saya sangat tidak tahan kritik yang diterima, mudah marah, dan naik pitam.	19	63,3%	11	36,7%	30	100%
2	Saya mengeluh, mencela atau meremehkan apapun dan siapapun. Saya tidak mampu mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.	17	56,7%	13	43,3%	30	100%
3	Saya cenderung merasa tidak disenangi orang lain dalam media sosial instgaram.	20	66,7%	10	33,3%	30	100%

Hasil angket menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami kerentanan konsep diri dalam interaksi digital. Sebanyak 63.3% mahasiswa mengaku tidak tahan terhadap kritik di instagram, 56.7% kesulitan mengapresiasi orang lain, dan 66.7% merasa tidak disenangi di platform

tersebut. Data ini mengonfirmasi hipotesis bahwa media sosial dapat memengaruhi konsep diri mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang dengan menekan *self-presentation* yang berpengaruh terhadap persepsi dirinya dan bahkan menurunkan kemampuan mengelola emosi secara sehat, padahal Islam menekankan keseimbangan antara akal (*al-'aql*) dan pengendalian nafsu (*al-nafs*).

Fenomena ini selaras dengan pengalaman mahasiswa berinisial T, yang mengaitkan kebahagiaannya dengan validasi digital (jumlah *like* dan pengikut), sekaligus frustrasi terhadap komentar negatif. Temuan ini menekankan bahwa instagram bukan hanya sekadar ruang hiburan melainkan juga tempat pertarungan harga diri. Konsep diri yang terdistorsi seperti ketidakmampuan menerima kritik atau kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain sehingga dapat memicu tekanan sosial dan tidak keseimbangan emosional, yang berlawanan dengan prinsip *husnuzzan* (berprasangka baik) dalam Islam yang menekankan keseimbangan dan penerimaan diri.

Berdasarkan penjelasan di atas, berdasarkan permasalahan tersebut kita bisa menyadari bahwa instagram mempengaruhi konsep diri pada mahasiswa, hal ini menunjukkan bahwa media sosial instagram bukan lagi sekedar tempat hiburan semata tetapi juga menjadi tempat bagi seseorang untuk melihat dan menilai diri nya sendiri dalam bermedia sosial. Sebagaimana yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul mengenai “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram

terhadap Konsep Diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap konsep diri mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?”.

C. Batasan Masalah

Agar lebih terarah maka peneliti memberikan batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apa kategori penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?
2. Apa kategori konsep diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?
3. Apakah ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap konsep diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk melihat apa kategori penggunaan media sosial instagram pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
2. Untuk melihat apa kategori konsep diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

3. Untuk melihat apakah ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap konsep diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pengembangan ilmu psikologi, serta bisa menjadi bahan untuk peneliti lainnya yang membahas tentang konsep diri pada remaja.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh penggunaan media sosial instagram dengan konsep diri. Sehingga mahasiswa dapat lebih menyadari bagaimana penggunaan instagram mempengaruhi konsep diri seseorang.
- b. Bagi peneliti, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana penggunaan instagram mempengaruhi konsep diri individu, termasuk mahasiswa.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya sebagai referensi dan untuk pengembangan wawasan ilmu pengetahuan.

F. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan media sosial instagram dan konsep diri, serta hubungan antara media sosial instagram dengan konsep diri, penelitian yang relevan, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian terdiri dari penjelasan mengenai jenis penelitian yang digunakan, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisi tentang gambaran subjek penelitian, pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, hasil penelitian, pembahasan mengenai media sosial instagram terhadap konsep diri.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan dan saran-saran.