

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Media baru dari teknologi komunikasi yang semakin berkembang menjadikan banyak cara untuk menghubungkan barang elektronik ke situs internet. Barang elektronik seperti gadget, tablet, laptop mampu membuka situs internet. Situs internet memiliki banyak manfaat seperti mendapatkan informasi atau berita terbaru, berkomunikasi, mengenal banyak orang dari berbagai penjuru secara cepat dan mudah. Dimana handphone yang dulunya bersifat terbatas atau hanya dapat digunakan untuk sms dan telpon, kini dapat terhubung ke internet. Dalam situs internet masyarakat dapat mengakses suatu jaringan untuk dapat bersosial dan bergaul secara luas, atau biasa disebut media sosial. Menggunakan media sosial merupakan salah satu perubahan dalam cara berkomunikasi di era informasi digital saat ini. Era informasi digital ini memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, tidak hanya secara langsung (*face to-face*).

Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017) penggunaan internet di Indonesia tahun 2017 mencapai 54,68% atau 143,26 juta jiwa dari hasil total populasi penduduk Indonesia yang sebanyak 262 juta orang. Menurut (APJII, 2017) durasi dalam menggunakan situs internet perhari dengan waktu 1 sampai 3 jam mencapai 43,89%. Berdasarkan perangkat yang dipakai dalam mengakses internet pada laptop atau computer mencapai 4,49% sedangkan pada gadget atau smartphone pribadi mencapai 44,16%. Kaum remaja di Indonesia mendominasi penggunaan internet berdasarkan usia yang berkisar 13 – 18 tahun dengan persentase 75.50% Dalam pelayanan yang diakses ditahun 2017 paling tinggi adalah Chatting dengan persentase 89,35%, media sosial dengan persentase 87,13% dan pencarian informasi 74,84%. Selain itu, orang Indonesia lebih banyak memanfaatkan internet pada gaya hidup mereka dengan mengakses media sosial yang

memiliki persentase paling tinggi 87,13%. Setiap tahunnya persentase ini terus meningkat.

Berdasarkan data yang terdapat diatas, penggunaan internet banyak diakses oleh remaja dengan menggunakan gadget atau smartphone. Internet digunakan untuk mengakses media sosial sebagai gaya hidup mereka. Para kalangan baik orang dewasa, remaja bahkan anak – anak saat ini telah memiliki media sosial. Penggunaan media sosial sudah menjadi suatu interaksi sosial bagi setiap individu termasuk remaja, bahkan memiliki teman melalui media sosial adalah bagian dari kehidupan. Aplikasi Media Sosial yang banyak dikunjungi oleh masyarakat yakni, facebook, instagram, twitter, whatsapp, line, MySpace, AskFm dan lain – lain. Berdasarkan kegunaan, media sosial banyak digunakan untuk Chating, memposting foto, melihat posting-an foto atau video teman, mencari informasi dan berbelanja online (APJII, 2017). Dalam penggunaan media sosial secara tidak langsung, individu menampilkan dirinya melalui akun media sosial mereka.

Menurut (Chen & Marcus, 2012) menampilkan diri, mengakses dan memberikan informasi merupakan sarana dalam penggunaan media sosial. Aspek terpenting dalam pengembangan relasional dalam komunikasi pribadi adalah proses *self – presentation*. Saat ini, setiap remaja bebas menunjukkan dirinya ke dunia global, menampilkan diri adalah salah satu peluang bagi orang biasa menunjukkan hasil foto, video atau ide – ide yang tak terduga. Komunitas web atau sosial seperti Instagram, Facebook, setiap pengguna dapat menampilkan dirinya dengan foto profil maupun menunjukkan informasi pribadi individu dan memposting foto lebih banyak (Winter & Kramer, 2008).

*Self – Presentation* atau menampilkan diri di media sosial menjadikan remaja terdorong untuk membentuk hubungan dengan orang lain seperti chatting maupun menambahkan orang lain sebagai teman (*followers*) di akun media sosial remaja. Remaja dapat mencari orang – orang yang individu sukai atau akun yang remaja ingin kunjungi serta terhubung dengan teman – teman di media sosial. Hal itu menjadikan remaja menyajikan suatu hal yang menarik tentang diri mereka sendiri. Menurut

(Winter & Kramer, 2008) *Self – presentation* secara online, dalam penggunaan media sosial membuat individu memikirkan aspek aspek dari kepribadian individu untuk dipilih dan disajikan baik melalui status atau *caption* dan foto mana yang bagus untuk diposting. Hal ini bertujuan untuk membuat orang lain tertarik pada individu itu sendiri, sehingga mendapat banyak *followers*. Pengguna media sosial menunjukkan bahwa individu lebih strategis dalam mengelola *self - presentation* mereka dibanding saat disituasi *face-to-face*. Pengguna media sosial yang bersifat luas, menjadikan individu tidak dapat menyesuaikan *self - presentation* pada interaksi tertentu, berbeda dengan interaksi secara langsung. Hal itu mengakibatkan, individu memikirkan kembali tujuan *self – presentation* yang dapat meningkatkan sifat - sifat kepribadian pada diri mereka.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada beberapa subjek di kalangan remaja banyak diantaranya menampilkan atau menunjukkan diri di media sosial, sebgaiman kutipan pada wawancara pada 3 remaja sebagai berikut:

*“Aku suka buka situs media sosial kaya instagram, yang aku lakuin kalau lagi buka ig (instagram) ya.. liat instastory, liat postingan, posting foto gitu. Foto – foto yang aku posting di ig kebanyakan foto sendiri dan ambil di pinterest (aplikasi virtual pinboard). Aku suka foto di tempat – tempat yang baru dan bagus kaya kafe baru, wisata baru. Sebelum aku posting foto di ig biasanya aku pilih yang bagus, setelah itu aku edit biar menarik. Tujuannya untuk banyak like dan followers. Aku merasa senang dan berguna kalau banyak orang yang terinspirasi ke tempat tersebut dari hasil foto – foto ku”.* (S,17 tahun)

*“Media sosial yang aku suka mainin what’sapp dan instagram, biasanya aku suka buka instastory, buat instastory, posting foto dan video. Alasan ku suka posting foto dan buat instastory, karena aku seneng kalau banyak yang nonton. Aku kebanyakan menampilkan gaya hidup ku di media sosial, posting fotong bareng temen juga kadang – kadang. Sebelum posting foto aku suka edit fotoku biar bagus dan kinclong, baru setelah itu aku kasih caption sesuai isi hatiku biasanya itu adalah curahan hati ku mba. Tujuannya biar mantan ku pada menyesal. Intinya aku lebih suka kalau orang – orang nonton instastory dan muji aku daripada mereka niruin atau ngikutin gayaku, karena ga suka disama - samain. Aku suka nunjukin di instastory masalah ku, biar banyak yang*

*peduli disamping itu aku jadi lega kalau ada masalah karena banyak masukan dari orang lain” (A, 18 tahun)*

*“Aku orang yang ga bisa ninggalin hp, kuota abis dan ninggalin media sosial tuh hal yang susah deh. Apalagi aku tiap bangun litanya hp, bahkan dikelas pun suka cari kesempatan buat buka media sosial. Media sosial yang suka aku buka tuh instagram walaupun cuman bukain instastory orang dan stalking ig (instagram) orang. Aku tuh aslinya suka banget posting foto, bahkan aku setiap hari apa yang aku lakukan pengen posting foto di media sosial. Tapi kapan waktu aku pernah disindir temen ku “alay posting foto terus” disitu aku langsung nahan diriku buat posting foto tiap hari. Kalau posting foto pasti pengen aku kasih caption dan cari caption atau kata – katanya tuh stress sendiri. Aku suka edit foto, kalau fotonya gelap gitu jadi tergantung hasil fotoku gelap atau cerah. Alasan ku posting foto sebenarnya mengharapkan banyak yang follow dan like tapi berhubung dikit jadi yaa aku terima aja mba. Apa yang aku post juga semoga bisa menginspirasi orang karena hal – hal yang baik yang aku lakuin. Hal itu membuat aku bangga oh ternyata aku bisa berguna untuk orang lain dan hasil foto atau caption ku bisa buat motivasi orang. Iya aku termasuk suka nyindir orang dan curhat di media sosia twitter, dengan alasan disitu ga terlalu banyak teman - teman yang aktif di twitter. Aku sekedar nulis dan melampiaskan aja, kalau udah ya udah perasaannya lega aja. Sebenarnya aku pengen banget melakukan sesuatu hal di ig biar diterima oleh orang lain, misalnya orang lain foto di tempat hits gitu, aku juga ga pengen ketinggalan dong dan nunjukkin nih aku juga bisa main ke tempat hits”.* (N, 17 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga subjek, penulis menyimpulkan bahwa remaja menggunakan media sosial untuk menampilkan diri remaja. Hal ini menunjukkan dalam *self – presentation* remaja, individu cenderung memilih tampilan diri yang menarik dengan tujuan agar banyak yang memuji individu itu sendiri seperti banyak *likes*, komentar yang baik dan *followers* yang bertambah. Mempresentasikan diri di media sosial seperti posting foto, memberi caption dan membuat instastory, menjadikan individu merasa bangga pada diri sendiri jika banyak orang lain yang terinspirasi dari hasil foto. Menunjukkan foto di tempat yang sedang *trend/hits* merupakan salah satu cara agar individu diterima oleh teman – teman yang mengikuti remaja di media sosial (*followers*). Menunjukkan permasalahan di media sosial adalah cara untuk melampiaskan rasa marah atau kecewa pada orang, selain itu

memberikan solusi yang cepat bagi individu karena kepedulian orang lain terhadap masalah yang sedang dihadapi.

Penelitian terbaru dalam komputasi komunikasi (Gonzales & Hancock , 2011) *Self– Presentation* yang selektif merupakan cara mengoptimalkan *self - presentation* online agar mampu mempengaruhi sikap diri pada individu. Penelitian lain yakni prediksi OSA (Gonzales & Hancock , 2011) menyatakan harga diri yang tinggi, maka *self - presentation* online dalam menunjukkan foto dan otobiografi memberikan perbandingan pada individu antara diri sendiri dengan standar sosial. terutama pada saat individu mengedit informasi atau foto tentang diri sendiri atau secara selektif mempresentasikan dirinya.

Gonzales & Hancock (2011) mengatakan bahwa harga diri dapat mempengaruhi *self presentation* pengguna media sosial, hal itu karena media sosial dibuat untuk berbagi informasi tentang diri sendiri dengan orang lain, yang menimbulkan rasa suka atau tidak suka, menunjukkan hobi dan renungan pribadi melalui “update status” ataupun memberi caption pada postingan. Semakin harga diri individu rendah, maka pengguna media sosial semakin menunjukkan diri individu secara sempurna agar menutupi kekurangannya. Harga diri yang rendah biasanya lebih menunjukkan masalah pribadi atau menyindir orang lain di media sosial Instagram melalui instastory, sedangkan harga diri yang meningkat, pengguna media sosial lebih menunjukkan diri seperti *sharing* pengalamannya untuk menginspirasi *followers* / orang lain yang melihatnya (Gonzales & Hancock , 2011).

Individu yang mampu merespon suatu hal yang positif ataupun negatif, saat remaja merasakan kebanggaan, evaluasi diri disebut sebagai harga diri (Ingolfsdottir, 2017). Harga diri merupakan suatu proses dimana harga diri meningkat ketika masa kanak – kanak, lalu menurun selama masa remaja sebelum meningkat saat dewasa awal (Ingolfsdottir, 2017).

Berdasarkan penelitian Ingolfsdottir (2017) mengatakan bahwa anak perempuan memiliki harga diri yang lebih rendah dibanding anak laki – laki, serta

90% remaja putri banyak menghabiskan waktu siang dan malam dengan mengakses media sosial.

Harga diri merupakan suatu perasaan pada individu yang bersifat pribadi bahwa dirinya merasa dihargai, bermanfaat dan dianggap. Pada kasus lain *online disinhibition* yang merupakan hilangnya perasaan cemas atau malu ketika menunjukkan diri di media sosial (Bryant, 2001). *Online disinhibition* menjadikan pengguna media sosial tidak merasa ragu untuk menunjukkan pendapatnya. Pendapat yang diutarakan baik melalui status maupun kolom komentar yang secara kasar, dimana dapat membuat orang lain merasa dilecehkan dan dihina. Hal itu dilihat dari suatu permasalahan di media sosial seperti individu memberikan pernyataan dengan maksud menyindir orang lain melalui instastory (video yang hanya berdurasi 15 detik dan bertahan 1x24jam). Media sosial sering dijadikan untuk ‘meng-kambing hitam kan orang lain’. Tentu, hal itu membuat seseorang merasa berkecil hati dan menurunkan harga diri seseorang karena kesalahpahaman terhadap postingan yang bersifat ambigu. Popularitas pada media sosial yang membuat setiap orang berlomba – lomba untuk mendapatkan banyak *followers*, *likes*, komentar bahkan *endorse* (promosi suatu produk via media sosial) dengan menampilkan diri semenarik mungkin. *Self - presentation* seperti itu memberikan dampak negative dan positif bagi psikologis remaja. Dimana individu merasa apakah dirinya mampu diterima, berharga dan mencapai apa yang diinginkannya dan bagaimana individu dinilai oleh orang lain.

Harga diri yang tinggi akan mendorong individu menunjukkan diri (*self – presentation*) dan membentuk *impression management* (pengelolaan kesan) untuk mendapatkan imbalan atau feedback yang baik, serta pengembangan identitas diri (Widyastuti, 2014). Harga diri di dunia nyata bagi beberapa orang rendah, karena *self presentation* individu yang kurang percaya diri, sehingga harga diri mereka meningkat ketika individu percaya diri untuk mem-presentasikan diri di media sosial karena merasa lebih percaya diri dalam berekspresi (Ingolfsdottir, 2017). Penelitian ini memandang seberapa besar remaja memanfaatkan media sosial, motivasi yang

mendorong seseorang menampilkan diri di media sosial yang dipengaruhi harga diri remaja tersebut.

Adapun penelitian sebelumnya yakni “Hubungan antara Narsisme dengan *Self-Presentation* pada Pengguna Media Sosial Facebook”, yang membedakan pada penelitian ini yakni variable bebas yang bertajuk “narsisme”, serta populasi dan lokasi pengambilan sampel. Populasi dan lokasi pengambilan sampel pada penelitian di atas dilaksanakan pada kalangan dewasa awal di salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Surakarta. Berdasarkan hasil penelitian tersebut Narsisme memiliki pengaruh terhadap *self – presentation* pada pengguna media sosial dan *self – presentation* memiliki faktor lain yang dapat mempengaruhinya.

Adapun penelitian lainnya yakni “*Gender, Personality and Self – Esteem as Predictors of Social Media Presentation*” yang membedakan pada penelitian ini yakni populasi dan lokasi pengambilan sampel. Penelitian tersebut dilakukan pada kalangan dewasa muda mahasiswa di East Tennessee State University baik pria maupun wanita. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *self esteem* memiliki hubungan yang negatif dengan *self presentation*. Selain itu wanita cenderung mempresentasikan diri secara aktif pada media sosial mereka dibandingkan pria dengan tujuan agar diterima secara online. Penelitian sebelumnya di atas berbeda dengan penelitian ini, yang membedakan adalah penelitian ini diteliti pada kalangan remaja putri di salah satu SMA swasta di Semarang.

## **B. Rumusan Masalah**

Apakah ada “Hubungan Negatif Antara Harga Diri dengan *Self Presentation* Pengguna Media Sosial Pada Remaja Putri SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti adanya hubungan negatif antara harga diri dengan *self - presentation* pengguna media sosial pada remaja putri SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pandangan pada hubungan antara harga diri dengan *self presentation* pengguna media sosial pada remaja putri. Selain itu, dapat memberi pengetahuan dan informasi baru dibidang psikologi dan teknologi komunikasi yang berkaitan dengan pengguna media sosial pada remaja.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bagi orang tua, penelitian ini berharap dapat dijadikan pandangan bagaimana remaja memanfaatkan media sosial dengan baik dan berguna. Diharapkan juga untuk para orang tua untuk tidak hanya memfasilitasi tapi memberikan didikan bagi anaknya terkait media sosial. Bagi remaja, penelitian ini berharap dapat menjadi tolak ukur agar remaja dapat mengontrol ataupun mengendalikan diri ketika menggunakan media sosial.

Bagi penelitian lain, penelitian ini berharap dapat menjadi referensi atau rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Bagi masyarakat, penelitian ini berharap berguna sebagai pandangan untuk menggunakan media sosial dengan baik dan positif.