

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan media sosial saat ini telah menjadi aktivitas yang diminati masyarakat seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Hal ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Wike dkk. (2022) yang menjelaskan bahwa media sosial telah umum digunakan masyarakat di negara-negara Asia-Pasifik dimana setengah dari negara yang disurvei menyatakan telah menggunakan media sosial.

Media sosial saat ini telah menjadi kebutuhan primer masyarakat. Hal ini sejalan dengan Sastrowardoyo (2021) yang menyatakan bahwa sebagian besar kehidupan masyarakat saat ini terikat dengan media sosial. Menurut We Are Social (2023) jumlah pengguna media sosial pada tahun 2023 di seluruh dunia mencapai angka 4,76 miliar. Beberapa contoh media sosial tersebut diantaranya adalah Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, WeChat, TikTok dan lain sebagainya (Annur, 2023).

Salah satu *platform* media sosial yang populer dan digunakan secara luas belakangan ini adalah TikTok. Hal ini sejalan dengan pernyataan Iqbal (2023) yaitu TikTok menjadi media sosial yang sangat populer di tahun 2019 dan 2020. Rizaty (2022) juga mengemukakan bahwa TikTok menjadi aplikasi terbanyak diunduh oleh masyarakat dunia pada tahun 2021. Selain itu, hasil riset yang dilakukan oleh Saskia di Indonesia (2022) mengungkapkan bahwa TikTok merupakan aplikasi dengan unduhan terbanyak di Indonesia pada tahun 2022.

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa benar TikTok merupakan media sosial yang sedang populer dan digunakan secara luas oleh kalangan masyarakat dunia termasuk masyarakat Indonesia yang dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan tiga tahun belakangan.

TikTok adalah *platform* video musik dan jejaring sosial asal Tiongkok, China, yang masuk secara resmi dan ikut meramaikan industri digital di Indonesia (Rahmawati, 2018). TikTok menyediakan beragam *special effect* yang menarik dan memungkinkan penggunaannya dapat membuat video berdurasi pendek dengan hasil yang memuaskan serta video tersebut nantinya dapat dibagikan, baik kepada pengikut (*followers*) maupun kepada orang yang tidak dikenal jika video tersebut masuk “*for your page*” di linimasa pengguna TikTok lainnya (Pamungkas & Djulaeka, 2019).

Menurut Putri (2021) mengutip dari hasil survei Forester yang dilakukan pada remaja Amerika yaitu remaja pengguna media sosial saat ini lebih memilih menggunakan TikTok. Selain itu, data terbaru yang dihimpun oleh Business of App pada tahun 2022 menjelaskan bahwa mayoritas pengguna TikTok adalah individu 18-24 tahun yang termasuk dalam kategori usia remaja (Santika, 2023). Senada dengan pernyataan tersebut menurut Rakhmayanti (2020) mayoritas pengguna TikTok di Indonesia berada dalam kelompok remaja dengan rentang usia 14-24 tahun. Aji dan Setiadi (2020) juga menyatakan hal yang serupa dimana aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia dengan total pengguna lebih dari 10 juta dan mayoritas penggunaannya adalah pelajar yang sebagian besar termasuk dalam kelompok usia remaja.

Masa remaja merupakan tahap dimana individu mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang sangat cepat dan pesat. Santrock (2003) mendeskripsikan masa remaja sebagai masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang melibatkan perubahan baik perubahan secara biologis, kognitif maupun sosioemosional. Kaparang (2013) menjelaskan masa remaja sebagai masa transisi dari masa kanak-kanak awal ke masa dewasa awal yang dimulai dari sekitar usia 10-12 tahun hingga usia 18-20 tahun. Sedangkan Hurlock (2003) membagi masa remaja kedalam tiga fase: remaja awal (12-15 tahun), remaja tengah (15-18 tahun) dan remaja akhir (18-21 tahun).

Masa remaja dikenal luas sebagai periode pencarian identitas diri. Selama masa remaja, individu dihadapkan pada tantangan untuk dapat secara mandiri mengintegrasikan identitas yang bermakna dari masa lalu, saat ini dan masa depan (Meeus & Dekovie, 1995). Hal ini sejalan dengan pernyataan Erikson (1968) yaitu masa remaja dipercaya sebagai masa identitas menjadi fokus perhatian individu dimana identitas diri yang terbentuk selama masa remaja diyakini akan berdampak pada arah hidup individu di masa depan (Papalia, 1995).

Menurut tahap perkembangan psikososial Erikson (1959) usia remaja berada pada tahap kelima teori perkembangannya, yaitu berada pada tahap *identity versus identity diffusion* (identitas versus kebingungan peran). Pada tahap ini remaja berusaha menjelajahi dan mencari pemahaman akan jati diri mereka yang mengakibatkan perubahan-perubahan pada dirinya baik fisik maupun psikososial. Selama proses pencarian identitas diri, remaja diberi kebebasan dan tanggung jawab untuk bereksperimen dengan berbagai identitas serta peran maupun

kepribadian yang berbeda-beda dan pada akhirnya mereka akan mengevaluasi dan mengintegrasikan peran dan identitas mana yang sesuai dan yang kurang sesuai dengan identitas diri mereka (Santrock, 2011).

Peran teman sebaya memiliki keterlibatan yang signifikan dalam menemukan identitas diri pada masa remaja. Hal ini sejalan dengan Kurniawan dan Sudrajat (2018) yang menyatakan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh yang paling besar dalam membantu remaja menemukan identitas dirinya. Selain itu, teman sebaya mempengaruhi remaja dalam melakukan perilaku konformitas. Hal ini didukung oleh pernyataan Santrock (2003) yaitu tekanan untuk mengikuti teman sebaya dan melakukan konformitas akan menjadi sangat kuat pada masa remaja.

Konformitas sendiri diartikan sebagai upaya remaja untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan norma yang sama dengan kelompoknya. Alasan remaja cenderung untuk melakukan konformitas adalah kondisi emosional yang cenderung belum stabil dan kurang matang pada remaja (Monks, 2004). Selain itu, adanya tuntutan untuk dapat menyesuaikan diri secara efektif di lingkungan sosial juga mempengaruhi remaja untuk melakukan konformitas teman sebaya (Raviyoga & Adijanti, 2019).

Salah satu bentuk konformitas teman sebaya yang tampak pada remaja adalah penggunaan *platform* TikTok. Hal ini sejalan dengan Beard (2008) yang menjelaskan bahwa remaja cenderung meniru dan terlibat dalam penggunaan internet maupun media sosial yang dipengaruhi secara signifikan oleh konformitas teman sebaya. Puspita dan Tama (2021) juga menjelaskan hal yang serupa, dimana berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa subjek dalam penelitian

mereka yang merupakan remaja, alasan remaja memutuskan menggunakan TikTok yaitu setelah melihat teman dekat mereka yang juga menggunakan *platform* media sosial tersebut.

TikTok tidak hanya memberikan dampak positif dengan dapat menghibur penggunaannya melalui video yang disajikan dan membuat penggunaannya dapat menggunakan fitur unik yang tidak dimiliki media sosial lainnya seperti *filter beauty*, *TikTok challenge*, *TikTok shop*, *video comment* dan lain sebagainya, namun juga dapat memberikan dampak negatif yang berpengaruh pada kehidupan dan kognitif penggunaannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Malimbe dkk. (2021) mengenai dampak negatif dari penggunaan TikTok yaitu menyebabkan penggunaannya cenderung tidak ingat hingga lupa waktu, rentan terhadap kecanduan dalam menggunakan TikTok, kurang memperhatikan kesehatan dan terkadang dapat membuat penggunaannya menggunakan TikTok dengan cara yang tidak tepat seperti terpapar konten yang tidak sesuai (contoh: pornografi, kekerasan, atau konten yang tidak pantas untuk usia tertentu).

Dampak signifikan lainnya dari penggunaan TikTok adalah cenderung membuat penggunaannya membandingkan hidupnya baik dengan teman maupun pengguna lainnya dan menimbulkan rasa tidak puas dengan kehidupannya (Brooks, 2005). Hal ini sejalan dengan Wimona dan Loisa (2022) yang menjelaskan media sosial dapat mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan apa yang ditampilkan di *platform* tersebut. Selain itu, umpan balik (*feedback*) yang diperoleh melalui media sosial juga dapat mempengaruhi individu termasuk untuk mengevaluasi diri berdasarkan umpan balik yang

diterimanya. Hal ini sejalan dengan Sunggiale (2013) yang menjelaskan umpan balik yang diberikan dan diperoleh remaja melalui media sosial dapat membuat remaja mengevaluasi terus-menerus diri mereka berdasarkan umpan balik yang didapatkan..

Penelitian oleh Ardi dan Sukmawati (2017) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan ketergantungan penggunaan media sosial dan mempengaruhi kesehatan mental remaja, khususnya *subjective well-being*. Aktivitas seperti posting, memberi komentar dan berbagi aktivitas pribadi, dan perubahan suasana hati di media sosial juga akan mempengaruhi kondisi kesejahteraan (*well-being*) remaja. Senada dengan penelitian tersebut penelitian yang dilakukan oleh Indrawati dan Nuswantoro (2021) juga menjelaskan bahwa semakin sering individu menggunakan *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan TikTok, dapat berpengaruh kepada kepuasan individu dan rentan terhadap ketidakstabilan psikologis.

Menurut Annisa (2022) yang mengutip dari hasil survey Kementerian Kominfo dan Katadata Insight Center (KIC) masyarakat Indonesia paling banyak menghabiskan waktu bermedia sosial di TikTok dengan rentang durasi 2-8 jam per hari. Menurut Young dkk. (1999) individu yang banyak menghabiskan waktu dalam mengakses media sosial cenderung kesulitan untuk mengontrol penggunaan media sosial yang ditandai dengan perilaku kompulsif, kurangnya minat pada aktifitas/kegiatan lain dan memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi dalam berinteraksi melalui media sosial dibandingkan berinteraksi langsung dengan

orang lain. Selain itu intensitas penggunaan media sosial yang tinggi cenderung untuk mentransfer emosi negatif (Adam, 2017).

Penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat memicu ketergantungan penggunanya pada *platform* tersebut. Hal ini sejalan dengan Ardi dan Sukmawati (2017) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memicu ketergantungan dan berdampak pada kesehatan mental remaja, khususnya pada *subjective well-being*. Sejalan dengan penelitian tersebut, Ramadhani dan Hariko (2022) juga menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi memiliki potensi menyebabkan ketergantungan dan dapat mempengaruhi *subjective well-being*.

*Subjective well-being* merupakan evaluasi mengenai bagaimana dan mengapa seseorang menjalani hidup dalam konteks positif, yang meliputi penilaian kognitif dan afektif (Diener, 1984). *Subjective well-being* mengacu pada pandangan individu mengenai diri mereka sendiri, termasuk dalam penilaian kepuasan hidup dan aspek emosional, seperti perasaan dan suasana hati (Diener & Chan, 2011). Kepuasan hidup pada *subjective well-being* dijelaskan sebagai penilaian secara menyeluruh individu terhadap kehidupannya (Diener, 2006).

Menurut Diener dkk. (dalam Compton, 2005) salah satu prediktor yang paling penting dari *subjective well-being* adalah *self-esteem*. *Self-esteem* adalah evaluasi dan pandangan individu terhadap dirinya yang mempengaruhi penerimaan atau penolakan diri (Coopersmith, 1967). Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap dirinya sendiri, menunjukkan rasa puas, menghargai diri sendiri serta percaya bahwa dirinya memiliki kualitas diri

yang baik maupun hal-hal yang membanggakan dan yakin akan terus ada di sepanjang hidupnya (Schimmack & Diener, 2003).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami dan Budiman (2015) mengenai hubungan antara *self-esteem* dengan *subjective well-being* pada model wanita Bandung menunjukkan adanya hubungan positif antara *self-esteem* dengan *subjective well-being*, yang artinya semakin positif subjek menilai dirinya sebagai model wanita maka kesejahteraan subjektifnya akan semakin tinggi. Senada dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Saputra dkk. (2018) pada subjek Ibu yang memiliki anak Tunagrahita di SLB-BC Nike Ardilla Bandung terkait hubungan antara *self-esteem* dengan *subjective well-being* juga memiliki hubungan yang positif, dimana *self-esteem* yang tinggi memungkinkan subjek untuk memiliki *subjective well-being* yang tinggi pula.

Penelitian terbaru mengenai *self-esteem* dan kepuasan hidup pada media sosial oleh Khusnul dkk. (2023) pada generasi Z pengguna media sosial Instagram, menyatakan hal yang serupa, yaitu adanya hubungan positif antara *self-esteem* dengan kepuasan hidup. Hasil penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa semakin tinggi *self-esteem* maka kepuasan hidup akan meningkat dan sebaliknya semakin rendah *self-esteem* maka kepuasan hidup akan menurun.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti merasa perlu adanya pengembangan dari penelitian sebelumnya. Peneliti memilih TikTok untuk mengkaji lebih lanjut terkait pengaruh *self-esteem* terhadap *subjective well-being* dengan alasan TikTok memiliki fitur unik dan tidak dijumpai di media sosial lainnya seperti adanya TikTok *challenges*, TikTok *shop*, TikTok *duet*, TikTok *stiching* serta tersedianya

beragam *filter* menarik yang dapat digunakan penggunanya ketika membuat video dan fitur-fitur lainnya. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang mengkaji pengaruh *self-esteem* terhadap *subjective well-being* pada pengguna media sosial TikTok. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut terkait pengaruh *self-esteem* terhadap *subjective well-being* pada remaja pengguna TikTok.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *self-esteem* terhadap *subjective well-being* pada remaja pengguna TikTok ?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *subjective well-being* pada remaja pengguna TikTok.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberi sumbangan pengetahuan dan menambah wawasan bagi perkembangan keilmuan psikologi, khususnya pada bidang psikologi positif yang berkaitan dengan *self-esteem* dan *subjective well-being*.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### a. Bagi Remaja

Melalui penelitian ini, diharapkan remaja pengguna TikTok dapat memperoleh informasi tentang pengaruh *self-esteem* dan memahami

kondisi *subjective well-being* yang ada pada dirinya, sehingga dapat meningkatkan kemampuan ketika menghadapi keadaan yang tidak menyenangkan.

b. Bagi Orang Tua

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta menjadi bahan pertimbangan orangtua dalam penggunaan TikTok pada remaja dan diharapkan orangtua untuk dapat mengarahkan penggunaan TikTok kearah yang positif.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya serupa berkaitan dengan *self-esteem* dan *subjective well-being*, khususnya pada remaja pengguna TikTok

