

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa media sosial menjadi bagian penting dalam interaksi sosial. Media sosial dapat menghapus batasan ruang dan waktu sehingga menjadi pilihan utama untuk bersosialisasi. Berdasarkan data yang dirilis oleh Data Reportal pada tahun 2024 terdapat 139 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia dengan 75% dari total pengguna setidaknya memiliki satu akun media sosial (Data Reportal, 2024).

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah TikTok. Survei yang dilakukan oleh Data Reportal pada tahun 2024 menunjukkan hasil bahwa TikTok memiliki 126,8 juta pengguna (Data Reportal, 2024). Saat ini, remaja merupakan salah satu pengguna TikTok terbanyak. Berdasarkan data yang dirilis oleh Business of Apps tahun 2024, remaja termasuk mayoritas pengguna TikTok pada rentang usia 13 – 17 tahun dengan persentase sebesar 22 % (Business of Apps, 2024).

Sebagai salah satu pengguna terbesar di TikTok ada beberapa alasan remaja menggunakannya yaitu untuk mengikuti tren masa kini, memenuhi kebutuhan interaksi sosial, sarana untuk mengekspresikan diri, meningkatkan suasana hati secara instan, serta melarikan diri dari tekanan sehari-hari (Yang, 2023). TikTok merupakan layanan media sosial berbasis komunikasi visual yang berfokus pada kegiatan berbagi video berdurasi singkat yang dibuat oleh para penggunanya (Anderson, 2020).

TikTok memiliki fitur-fitur menarik bagi penggunanya, seperti *for your page* merupakan fitur halaman utama yang menampilkan unggahan baru dari sesama pengguna atau hal yang diminati, *live streaming* merupakan fitur penyiaran konten secara langsung, *stitch* merupakan fitur yang membuat pengguna dapat menggabungkan video dari pengguna lainnya, *stories* merupakan fitur di mana pengguna dapat membagikan cerita berupa foto atau pun video yang akan hilang dalam kurun waktu 24 jam, *filter* merupakan fitur efek gambar digital pengubah penampilan, dan lain-lain (Asrat & Kalaloi, 2022).

Keberadaan fitur-fitur TikTok memungkinkan sesama pengguna untuk saling berinteraksi serta memberikan peluang bagi pengguna untuk mengevaluasi unggahannya melalui umpan balik dari pengguna lain (Sumi dkk., 2023). Dengan adanya kesempatan untuk mendapatkan respons seperti *like*, *comment*, *stitch* dan *viewers*, banyak pengguna TikTok menjadi lebih bersemangat untuk berbagi dan mengunggah video dan foto mereka untuk menciptakan lingkungan yang interaktif (Hutagalung dkk., 2023).

Namun, kerap kali aktivitas yang ditampilkan di media sosial merupakan penggambaran diri yang telah dimodifikasi (Hjetland dkk., 2022). Hal ini bertujuan untuk mengatur kesan yang dimiliki oleh orang lain terhadap diri sendiri (Fullwood dkk., 2016). Dengan demikian, tujuan individu menampilkan diri di media sosial akan berhubungan dengan *online self-presentation*. *Online self-presentation* merupakan cara individu menampilkan diri di *platform online* seperti media sosial dengan menampilkan berbagai aspek identitas, yaitu diri palsu (*false self*), diri sebenarnya (*real self*), dan diri ideal (*ideal self*) (Michikyan dkk., 2015).

individu yang melakukan presentasi diri palsu (*false self*) akan menampilkan diri yang tidak sesuai pada kenyataan dengan mempresentasikan diri yang sangat berbeda, mencoba menampilkan diri yang tidak dapat dilakukan pada kehidupan sehari-hari, atau membandingkan serta membuat kesan kepada orang lain. Sebaliknya, Individu yang melakukan presentasi diri sebenarnya (*real self*) akan menampilkan diri sesuai dengan diri pada kenyataan atau diri dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tidak ada perbedaan antara dirinya secara *offline* maupun *online* (autentik). Di sisi lain, individu yang melakukan presentasi diri ideal (*ideal self*) akan menampilkan diri yang disesuaikan dengan diri ideal yang diinginkan individu atau harapan orang lain (Michikyan dkk., 2015).

Goffman (1959) yang mengibaratkan presentasi diri sebagai suatu panggung sandiwara yang memiliki *front stage* dan *back stage* di mana individu dapat mengatur apa yang akan ditampilkan di panggung. Dalam mengatur apa yang akan ditampilkan kepada orang lain, Individu didorong oleh berbagai motif yang melatarbelakangi. Motif presentasi diri mengacu pada bagaimana individu ingin dipandang oleh orang lain sesuai dengan yang diharapkan, motif ini dianggap sebagai pendorong perilaku untuk membangun citra yang ingin ditampilkan (Leary & Kowalski, 1990). Menurut Jones & Pittman (1982) adanya keinginan untuk menjadi individu yang baik dan disukai orang lain serta keinginan untuk menunjukkan kekuatan menjadi motif seseorang melakukan presentasi diri.

Fincias dkk. (2021) menjelaskan bahwa remaja akan berusaha untuk terlihat menarik saat tampil di media sosial. Dalam melakukan *online self-presentation* di media sosial remaja kerap kali menampilkan diri idealnya (Fullwood dkk., 2016)

serta mengikuti keinginan dari lingkungan sosial (Yau & Reich, 2018). Beberapa usaha yang dilakukan remaja yaitu dengan menggunakan filter dan menampilkan foto yang telah diedit untuk mengubah bentuk wajah menjadi proporsional, menjadi lebih cantik/tampan, mengubah warna kulit, bahkan mengubah bentuk tubuh (Ganson dkk., 2024). Tidak hanya itu, remaja juga kerap kali hanya menampilkan bagian foto yang baik dan hanya membagikan informasi positif untuk mempertahankan citra diri yang ideal (Yang & Ying, 2021).

Hal ini terjadi karena pada masa remaja individu akan mengalami perubahan fisik secara signifikan meliputi perubahan bentuk tubuh, tinggi badan, hingga munculnya permasalahan kulit sehingga remaja akan sangat sensitive mengenai perubahan dalam tubuhnya (Papalia, Olds, & Feldman, 2010). Dengan menggunakan filter, mengedit foto, serta hanya menampilkan foto yang baik saja remaja dapat meningkatkan penampilan mereka dari ketidakpercayaan diri terhadap penampilan fisik (Khoerunnisa dkk., 2021) ataupun upaya menyesuaikan standar kecantikan yang dianggap ideal oleh masyarakat dan teman sebaya (Irza, 2021).

Wulandaru dkk. (2019) menjelaskan bahwa pada masa remaja, individu akan disibukkan dengan pengembangan hubungan sosial. Pada tahapan ini remaja akan lebih banyak berinteraksi dengan teman sebaya karena remaja menganggap teman sebaya merupakan individu yang dapat dipercaya dan diandalkan serta memiliki minat dan nilai-nilai yang sama (Santrock, 2012). Wulandari & Wijayanti (2023) menjelaskan bahwa remaja membutuhkan penerimaan dan penghargaan dari teman sebaya. Dengan menggunakan filter, mengedit foto, serta hanya menampilkan foto

yang baik saja remaja akan mendapatkan kebutuhan akan penghargaan, di mana mereka akan mendapatkan pengakuan dari orang lain (Sari & Susilawati, 2022).

Selain untuk meningkatkan penampilan dan mendapatkan apresiasi dari teman sebaya Mahendra dkk. (2017) menjelaskan bahwa remaja membutuhkan eksistensi diri, media sosial membantu remaja untuk memenuhi kebutuhan ini. Dengan *like*, *comment*, serta *viewers* yang mereka dapatkan membuat remaja menganggap dirinya semakin populer serta mendapatkan perhatian dan penghargaan dari orang lain, hal ini yang membuat remaja lebih bersemangat dan percaya diri bergaul di media sosial daripada di kehidupan nyata (Felita dkk., 2016). Berbeda dengan presentasi diri yang dilakukan secara *offline*, media sosial mendorong presentasi diri yang lebih luas karena adanya anonimitas, asinkronitas, banyaknya *viewers*, dan umpan balik dari pengguna lainnya (Schlosser, 2020).

Namun, perilaku menggunakan filter, mengedit foto, serta hanya menampilkan foto yang baik saja pada remaja di media sosial memunculkan kesenjangan antara diri di media sosial dan di dunia nyata yang membuat individu mengalami ketidakpuasan terhadap diri (Tiggemann dkk., 2020), harga diri yang rendah (Michikyan dkk., 2015), dan penurunan kepercayaan diri (Mills dkk., 2018). Survei yang dilakukan oleh Rohani & Febriana (2023) kepada remaja berusia 11–21 tahun mendapati hasil bahwa 39% remaja mengaku kesal karena tidak terlihat seperti diri mereka di media sosial dalam kehidupan nyata.

Melakukan *online self-presentation* dengan menampilkan diri yang sebenarnya (*real self*) atau mengekspresikan diri secara autentik akan membantu meningkatkan kepuasan diri, hubungan interpersonal dengan orang lain, serta

mengurangi tingkat stress dan kecemasan (Kim & Lee, 2011). Dengan menampilkan *real self* membuat individu merasa lebih dihargai dan diterima oleh orang lain yang pada akhirnya dapat meningkatkan kebahagiaan dan kesejahteraan secara keseluruhan (Michikyan dkk., 2015)

Melakukan *online self-presentation* dengan menampilkan diri ideal (*ideal self*) akan berdampak secara positif maupun negatif. Individu yang mampu menyelaraskan diri asli dan diri ideal akan meningkatkan motivasi untuk mencapai tujuan, meningkatkan rasa percaya diri, dan memberikan arah yang jelas dalam kehidupan (Michikyan dkk., 2015). Namun, Individu yang tidak mampu menyelaraskan diri asli dan diri ideal akan menyebabkan penurunan kesejahteraan psikologis akibat perasaan tidak puas terhadap diri sendiri serta menimbulkan jarak antara diri ideal dan diri di dunia nyata (*discrepancy*) (Ferryanti dkk., 2021).

Melakukan *online self-presentation* dengan menampilkan diri palsu (*false self*) mengindikasikan ketidakjelasan konsep diri dan rendahnya kesejahteraan psikologis. Rahmah dkk. (2019) menjelaskan perbedaan diri yang ditampilkan oleh individu di media sosial dan keseharian akan membuat kebingungan dan kesulitan mengenal diri. Hal ini terjadi karena umpan balik yang didapatnya di media sosial tidak sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga membuat individu kesulitan dalam mengenal diri dan dapat mempengaruhi konsep diri. Selain itu, Michikyan dkk. (2014) menjelaskan bahwa semakin sering individu melakukan presentasi diri palsu, semakin rendah pula penerimaan diri sehingga mempengaruhi kesejahteraan psikologis.

Penelitian terdahulu mengenai *online self-presentation* masih terus berkembang. Aisyah & Sumaryanti (2022) melakukan penelitian kepada *roleplayer* dewasa awal di media sosial X menggunakan teori Michikyan dkk. (2015) mendapati hasil bahwa *online self-presentation* yang paling banyak digunakan adalah tipe *real self*. Michikyan dkk. (2015) melakukan penelitian kepada dewasa awal pengguna facebook menggunakan teori yang ia ciptakan mendapati hasil bahwa tipe *online self-presentation* yang paling banyak digunakan adalah *real self*.

Hendraswara dkk. (2021) melakukan penelitian kepada mahasiswa pengguna Instagram dengan menggunakan teori Jones (1980) mendapati hasil bahwa tipe *online self-presentation* yang dilakukan mahasiswa adalah tipe *ingratiation* yaitu keinginan untuk disukai oleh orang lain. Ningsih & Rizal (2020) melakukan penelitian kepada remaja pengguna Instagram menggunakan teori Jones (1980) mendapatkan hasil tipe *intimidation*, yaitu strategi untuk menunjukkan *power* sebagai *goals*.

Terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian sebelumnya yaitu penggunaan teori presentasi diri *offline* yang digunakan presentasi diri *online*, di mana teori yang digunakan pada beberapa penelitian sebelumnya adalah teori jones (1980) yang dikembangkan berdasarkan situasi *interpersonal* secara *face to face*. Dengan adanya media sosial saat ini penggunaan teori presentasi diri *offline* yang diterapkan pada penelitian berbasis media sosial tidak lagi relevan karena adanya kemungkinan perbedaan hasil penelitian. Penelitian terbaru yang sudah menggunakan teori *online self-presentation* belum menjadikan remaja sebagai sampel penelitian, hal ini penting untuk diteliti melihat bagaimana kelekatan media

sosial saat ini terhadap remaja. Penelitian terdahulu belum menggunakan TikTok sebagai media sosial utama yang diteliti, melihat bagaimana perkembangan TikTok saat ini di Indonesia dengan jumlah pengguna yang sangat banyak menjadikan TikTok sebagai salah satu platform media sosial terbesar. Dengan mempertimbangkan fenomena dan keterbatasan penelitian sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran *online self-presentation* remaja pengguna TikTok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran *online self-presentation* remaja pengguna TikTok?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *online self-presentation* remaja pengguna TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya di bidang psikologi sosial mengenai *online self-presentation*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan arah baru dalam penggambaran *online self-presentation* yang dilakukan oleh remaja di TikTok. Serta menjadi acuan penting bagi peneliti dan akademisi di bidang psikologi untuk lebih memahami fenomena ini. Penelitian ini dapat menjadi fondasi bagi penelitian lebih lanjut yang akan mendalami topik ini dengan mengisi kekosongan literatur yang ada.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memiliki dampak signifikan dalam memberikan informasi dan wawasan yang berkontribusi terhadap pemahaman lebih mendalam mengenai *online self-presentation* pada remaja yang menggunakan TikTok. Manfaat praktis dari penelitian ini melibatkan aspek-aspek berikut:

1. Bagi Remaja

Penelitian ini dapat menjadi gambaran *online self-presentation* pengguna TikTok yang dilakukan oleh remaja sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan terhadap remaja untuk dapat menggunakan TikTok dengan lebih bijak.

2. Bagi Orang tua

Penelitian ini menyediakan data dan gambaran yang komprehensif terkait dengan bagaimana remaja mempresentasikan diri secara *online* di media sosial. Informasi ini dapat menjadi pedoman praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan, seperti orang tua untuk lebih memahami dinamika perilaku remaja dalam ranah digital.

