

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Masa remaja merupakan masa yang kompleks ketika seseorang mengalami perubahan emosional, psikologis dan fisik. Masa remaja juga merupakan masa terjadinya peralihan antara masa anak-anak dengan masa dewasa yang ditandai dengan perubahan psikologis, biologis dan sosial (Sudrajat, 2020).

Masa transisi dari masa kanak-kanak ke dewasa disebut dengan masa remaja (*Adolescent*). Pada fase ini, remaja mulai belajar kemandirian, keterampilan sosial dan perilaku yang berdasar atas kesehatan dan kesejahteraan di masa yang akan mendatang (Avedissian & Alayan, 2021). Menurut World Health Organization (WHO 2010) remaja merupakan individu pada rentang usia 10 hingga 19 tahun, sedangkan menurut Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) menyatakan remaja adalah usia diantara 15 hingga 24 tahun.

Remaja adalah seperenam dari populasi global , dan menginjak 1,2 miliar remaja ditahun 2016, jumlah ini diperkirakan akan meningkat hingga tahun 2050 mendatang, khususnya dinegara berpenghasilan rendah dan menengah.sebaran populasi remaja di Indonesia khususnya di Pulau Sumatera

menginjak angka 20% dengan rentang umur 10-19 tahun (UNICEF, 2021). Remaja di Sumatera Barat juga tercatat sebanyak 3,4 juta jiwa sedangkan berdasarkan badan pusat statistik Kota Padang tahun 2020 menyatakan bahwa data remaja dengan rentang umur 15-19 tahun berjumlah 72.457 jiwa (BPS Kota Padang, 2021).

Populasi remaja menurut *World Health Organisation* (WHO) diperkirakan berjumlah 1,2 milyar atau 18% dari jumlah penduduk dunia. Sedangkan jumlah remaja di Indonesia diperkirakan 65,82 juta atau 24% dari jumlah penduduk Indonesia. Sementara itu, jumlah remaja di Sumatera Barat dengan rentang usia 15-19 tahun terdapat 491.226 jiwa sedangkan remaja di Kota Padang terdapat 919.145 jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2022).

Menurut Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamarro (2017) mengatakan bahwa media sosial didefinisikan sebagai komunitas virtual berbasis *website* yang memungkinkan untuk membangun profil individu dan masyarakat, bertujuan untuk membangun komunikasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, dan meskipun penggunaanya terus berkembang, media sosial sangat populer di kalangan remaja dan dewasa muda.

Media sosial didefinisikan sebagai komunitas yang memungkinkan penggunaanya melakukan interaksi didalam dunia maya untuk membangun komunikasi dengan pengguna lain. Media sosial hadir sebagai perpaduan arus

komunikasi dengan perkembangan teknologi. Media sosial adalah platform online yang digunakan orang untuk membangun jejaring sosial atau hubungan sosial dengan orang lain yang memiliki minat, aktivitas kelompok, atau aktivitas pribadi atau interaksi pada karir yang sama (Akram & Kumar, 2018). Menurut penelitian Sugiharto (2016) tercatat sebanyak 97,4% orang dewasa mengakses media sosial. Penggunaan media sosial sangat populer dikalangan remaja dan dewasa muda (Oberst, 2017).

Salah satu tugas perkembangan yang penting di usia remaja adalah *identity formation*, sebuah proses mengeksplorasi dan menegaskan identitas diri mereka (Ahuja & Alavi, 2017). Pembentukan identitas sendiri dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor ekstrapersonal seperti perubahan lingkungan dan pengalaman hidup, serta faktor intrapersonal seperti eksplorasi, komitmen, dan penilaian individu mengenai dirinya (Tsang, Hui & Law, 2020). Maka media sosial dapat menjadi salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan identitas.

Melalui kolom komentar dan fitur lainnya, remaja dapat mengolah informasi maupun umpan balik yang diterima sebagai dasar penilaian mengenai identitas diri mereka. Terlebih lagi, remaja mengalami peningkatan fokus pada dirinya sendiri sehingga mereka sangat dipengaruhi oleh umpan balik interpersonal dan penerimaan teman sebaya (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006).

Bagi remaja media sosial menjadi salah satu tempat yang dapat membantu dalam menemukan identitas diri (Widiantari & Herdiyanto, 2018). Selain itu, cara berinteraksi dan berkomunikasi menggunakan media sosial yang tidak terlalu membebani dan menakutkan bagi diri remaja, hal tersebut membuat mereka dapat mengganti karakternya secara mudah pada sosial media. Dengan kata lain, bagi diri remaja berinteraksi dan berkomunikasi di media sosial dianggap wadah yang ideal untuk mencoba dan melakukan eksplorasi pencarian identitas diri. Kemudahan yang ditawarkan dalam mengakses dan menjelajah media sosial, mengakibatkan rasa kecanduan dan ketagihan yang dirasakan oleh penggunanya.

Kecanduan adalah dorongan yang tidak dapat dihindari untuk melakukan sesuatu hal dan disertai dengan hilangnya kendali (Alvira, 2021). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial yaitu *information utility*, *leisure*, *Communication*, dan *Transaction*. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa orang akan mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhannya untuk melepaskan diri dari rasa tidak nyaman yang tanpa disadari memberikan dampak negatif yang lebih tinggi yaitu kecanduan media sosial (Winther, 2013). Remaja saat ini mengakses media sosial untuk berkomunikasi dengan bertukar pesan, hiburan, browsing informasi, sebagai tempat pelarian dari masalah dan lainnya, penggunaan inilah yang memungkinkan seorang remaja mengalami kecanduan.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Puspita sari & fikry, 2023), menemukan bahwa sebanyak 35,3% remaja menggunakan media sosial instagram kurang dari 4 jam sehari, disusul 30,6% remaja menggunakan 5-6 jam sehari. APJII (2022) melaporkan bahwa lama menggunakan media sosial di Indonesia 1-5 jam sehari. Syamsoedin, Hendro & Ferninand (2015) menyatakan bahwa Individu yang menghabiskan waktu di media sosial sekitar 5-6 jam sehari berada dalam kategori kecanduan. Young & De Abreu (2011) mengkategorikan sebagai kecanduan pada umumnya menghabiskan waktu sekitar 40 hingga 80 jam setiap minggunya. Longstreet & Brooks (2017) mengemukakan bahwa kecanduan media sosial merupakan salah satu bagian dari kecanduan internet yang secara spesifik terkait dengan media sosial. Kecanduan media sosial yaitu gangguan perilaku yang ditimbulkan akibat penggunaan media sosial tanpa batas yang mengakibatkan kecenderungan untuk selalu menggunakan media sosial (Van Den Eijnden, Jeroen & Pattin, 2016).

Pada penggunaan media sosial, remaja cenderung menggunakannya untuk memenuhi keingintahuan terhadap berbagai hal yang terdapat di media sosial dan juga remaja menggunakan media sosial karena media sosial sedang menjadi trend di kalangan teman sebaya. Hal tersebut didukung oleh penelitian oleh Andrawati (2016). Terkait penggunaan media sosial pada siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta tergolong tinggi, yaitu sebanyak

76% siswa berada pada kategori tinggi pemakaian media sosial. Hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa lebih dari sebagian responden pada remaja tenga ( siswa SMA) yaitu sebanyak 43 orang (56%) berada pada kategori tinggi dalam pemakaian media sosial ( Ariani, Elita & Zulfitri, 2009).

Instagram, Facebook, Youtube, Whatsaap, Twitter, Tik Tok merupakan bagian dari aplikasi media sosial. Instagram merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan penggunanya dapat berbagi foto dan video sehingga pengikutnya dapat melihat serta memberikan komentar dari hasil unggahan tersebut. Hal ini dipandang berpengaruh terhadap *self-esteem* remaja, karena seringkali penggunanya mempublikasikan atau membagikan foto yang menurut mereka bagus dan menarik (Dalila et al., 2021). Menurut Sukmasari, foto yang diunggah akan mendapatkan “like” dan komentar dari orang lain yang dapat dinilai sebagai tolak ukur harga diri pada individu (dalam Ivan Rizky & Ruhaena, 2017). Berdasarkan data tahun 2018, jumlah pengguna Instagram di AS mencapai 120 juta jiwa, India 59 juta, dan di Indonesia mencapai 56 juta. Indonesia menduduki peringkat keempat Negara pengguna Instagram terbesar di dunia. Instagram memiliki fitur-fitur yang menjadi kelebihannya sehingga penggunanya betah menikmatinya (Supratman, 2018).

Media sosial Youtube juga dapat digunakan untuk membagikan video kreasi dengan syarat video tersebut tidak mengandung unsur suku, agama, ras,

kekerasan, dan pornografi. Mereka juga bisa saling mengomentari dan menilai video yang ada pada aplikasi Youtube. Media selanjutnya adalah Whatsapp. Dalam aplikasi ini penggunaanya dapat berhubungan dengan orang-orang dekat seperti orangtua karena dapat membantu menghemat biaya komunikasi terutama bagi mereka mahasiswa perantau untuk menghubungi orangtua mereka. Saat ini juga masyarakat bisa melihat informasi yang menjadi trend. Informasi tersebut bisa kita lihat di aplikasi Twitter. Akan tetapi masyarakat jarang menggunakan tweet karena karakternya yang terbatas yakni hanya (140-280 karakter). Akibatnya penggunaanya hanya sebagai pembaca aktif yang membaca trending topic (Supratman, 2018).

Tik Tok menjadi salah satu media sosial paling populer pada tahun 2020. Tik Tok menjadi salah satu media yang digunakan saat Virus COVID-19 melanda seluruh dunia. Karena kepopuleran aplikasi ini, penggunaanya menggunakan aplikasi ini memutus penularan Virus COVID-19 dengan memproduksi video dan melakukan berbagai challenge (Hasiholan et al., 2020).

Salah satu jenis media sosial yang digunakan remaja adalah Instagram. Aplikasi ini digunakan untuk mengunggah video, foto, dimana penggunaanya berusaha mengunggah foto dan video yang lebih menarik tentang diri mereka disertai dengan *caption* yang memperkuat karakteristik unggahannya. Hal ini

mereka lakukan agar pengikut mereka meninggalkan komentar yang positif serta memberikan like (Dewi & Ibrahim, 2019).

Fenomena lainnya juga memperlihatkan penggunaan media sosial bagi remaja ketika mendapatkan banyak *like*, komentar maupun *followers* yang dimiliki membuat dirinya merasa berharga. Keberhargaan diri tersebut ditentukan oleh faktor persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain. Tidak hanya dapat meningkatkan harga diri saja namun juga dapat mengurangi harga diri remaja (Vogel dkk., 2019)

Media sosial dengan berbagai macam kegiatan di dunia maya menunjukkan gambaran seseorang secara akurat mengenai dirinya sendiri. Seseorang yang memiliki *self-esteem* rendah cenderung mengkhawatirkan apa yang orang lain posting mengenai diri mereka di jejaring sosial. Sedangkan individu yang memiliki *self-esteem* lebih tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di sosial media (Oktaviani, 2019).

*Self-Esteem* merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri secara rendah atau tinggi. Penilaian tersebut terlihat dari penghargaan mereka terhadap keberadaan dan keberartian dirinya. Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi akan menerima dirinya sedagak idividu yang memiliki *self-esteem* rendah digambarkan sebagai perasaan yang negatif terhadap diri sendiri, termasuk hilangnya kepercayaan diri, merasa gagal mencapai keinginan, mengkritik diri sendiri, penurunan produktifitas, destruktif yang

diarahkan pada orang lain, perasaan tidak mampu, mudah tersinggung dan menarik diri secara sosial (Indriani et al., 2019).

*Self-Esteem* merupakan pandangan keseluruhan bagaimana individu menilai dirinya sendiri dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya, sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Santrock bahwa *self-esteem* merupakan evaluasi individu tentang dirinya sendiri secara positif dan negatif (Dalila et al., 2021). Coopersmith menyatakan *self-esteem* merupakan evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan memandang dirinya, terutama sikap menerima, menolak dan kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan dan keberhargaan (Indriani et al., 2019)

Secara umum remaja yang memiliki *self-esteem* yang tinggi adalah keadaan dimana dia merasa cukup berharga, menerima keadaan dirinya apa adanya, mampu mengerjakan sesuatu seperti apa yang orang lain kerjakan, merasa puas dengan dirinya, dan berharap lebih dihargai. Sementara remaja yang memiliki *self-esteem* rendah seringkali merasa dirinya tidak berharga, merasa tidak berguna, tidak bangga pada dirinya sendiri, merasa orang yang gagal, dan merasa tidak baik-baik saja. Remaja yang cenderung merasa *self-esteem* rendah seringkali merasa tidak pasti dan bingung dengan dirinya sendiri, menghindari potensi dan resiko kerugian, pemalu, dan kurang percaya diri (Najib et al., 2018).

Indikator negatif *self-esteem* yaitu merendahkan orang lain seperti mengejek, memanggil nama secara berlebihan, bergosip menggunakan bahasa tubuh secara berlebihan, melakukan kontak fisik yang tidak pada tempatnya, membiarkan kesalahan terjadi, menyombongkan prestasi dan penampilan, secara verbal merendahkan dirinya sendiri atau menjatuhkan harga diriya sendiri, berbicara dengan nada keras atau dogmatis (Wibowo & Silaen, 2018).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan terhadap sepuluh orang responden di SMA Negeri 12 Padang, rata-rata responden telah menggunakan *media sosial* selama lima tahun dan setiap harinya responden mengakses media sosialnya sebanyak lebih dari lima kali. Setiap mengakses media sosial sebanyak empat responden menghabiskan waktu selama 15-30 menit, empat responden yang lain menghabiskan waktu selama 45-60 menit, dan dua responden lainnya menghabiskan waktu lebih dari satu jam. Sebanyak lima responden terkadang menggunakan media sosial pada waktu yang tidak seharusnya yaitu saat pelajaran sedang berlangsung.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai apakah ada hubungan *self-esteem* dengan kecanduan media sosial pada remaja di SMA Negeri 12 Padang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah “apakah ada hubungan kecanduan media sosial dengan *self-esteem* pada remaja di SMA Negeri 12 Padang”.

### **C. Tujuan penelitian**

#### **1. Tujuan Umum**

Untuk mengetahui adanya hubungan kecanduan media sosial dengan *self-esteem* pada remaja di SMA Negeri 12 Padang.

#### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk mengetahui distribusi frekuensi kecanduan media sosial pada remaja di SMA Negeri 12 Padang.
- b. Untuk mengetahui distribusi frekuensi *self-esteem* pada remaja di SMA Negeri 12 Padang.
- c. Mengetahui hubungan kecanduan media sosial dengan *self-esteem* pada remaja di SMA Negeri 12 Padang.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Peneliti**

Sebagai bahan untuk menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian, mengolah, menganalisa dan menginformasikan data yang didapatkan. Adapun manfaat selanjutnya

untuk menambah pengetahuan tentang hubungan antara kecanduan media sosial *self-esteem*.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan data dasar untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan kecanduan media sosial dan *self-esteem*.

## **3. Bagi Sekolah**

Bagi tempat penelitian diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbangan pemikiran tentang hubungan kecanduan media sosial dengan *self-esteem*.

## **4. Bagi Institusi Pendidikan**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan dan menambah referensi di Perpustakaan Fakultas Keperawatan Universitas Andalas Padang dan dapat dipergunakan sebagai bahan perbandingan, pedoman, dan masukan bagi peneliti yang lebih lanjut mengenai hubungan kecanduan media sosial dan *self-esteem*.