

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Remaja merupakan masa peralihan hidup dari anak – anak menuju dewasa serta mengalami perubahan fisik dan psikologis (Hurlock, 1973). Menurut Erikson (Santrock, 2019) remaja mengalami tahap perkembangan psikososial identitas atau kebingungan identitas. Pada masa ini tugas utama remaja adalah membangun identitas dengan melakukan eksplorasi, keberhasilan dari eksplorasi ini adalah remaja memiliki identitas diri yang koheren dan sebaliknya apabila gagal dalam menyelesaikan eksplorasi ini, maka remaja akan menarik diri atau mengisolasi diri dari orang lain (Lally dan Valentine, 2019). Dalam mengeksplorasi identitas, remaja sangat bergantung pada hubungan dengan teman – temannya dengan menjadikan mereka sebagai sumber informasi (Erikson dalam Feldman, 2008). Oleh karena itu, remaja menentukan identitas diri berdasarkan hubungan pertemanan dengan teman sebayanya.

Seiring berkembangnya teknologi di zaman modern ini, proses hubungan pertemanan remaja dapat dilakukan melalui *online* (Fajriani dkk., 2021). Salah satu sarana yang dapat dilakukan remaja dalam berteman secara *online* adalah melalui media sosial (Elsaesser, 2020). Media sosial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai layanan dan aplikasi yang menciptakan atau mendorong dialog yang terhubung dengan internet (Hughes, 2015). Media sosial dapat berfungsi sebagai penghubung pertemanan dan membuat teman baru atau mengekspresikan opininya (Parks, 2017). Remaja tertarik memakai media sosial

karena mereka bisa mempublikasikan sesuatu seperti gambar dan video di suatu platform, media sosial juga memungkinkan mereka menjalin pertemanan, mendiskusikan ide, menemukan minat baru, dan mencoba cara baru dalam mengekspresikan diri (Khalaf dkk., 2023).

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam “Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2026” yakni diketahui bahwa tingkat penetrasi internet penduduk Indonesia berdasarkan kategori kelompok generasi, yakni generasi Z atau individu rentang usia 14-29 tahun memiliki persentase kedua paling tinggi, yakni sebesar 89,02% dan kontribusi dengan tingkat paling tinggi yaitu sebanyak 39,83%, dengan alasan terkoneksi internet paling tinggi yaitu komunikasi dan jejaring sosial yang memiliki persentase sebanyak 19,9% (APJII, 2026). Data lainnya berdasarkan studi yang dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menemukan bahwa 98% anak – anak dan remaja tahu tentang internet dan 79,5% diantaranya adalah pengguna internet (diskominfo.kuningan.go.id, 2024). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja termasuk ke dalam kategori umur terbanyak dalam mengakses internet dengan alasan mengakses internet tertinggi yaitu menggunakan media sosial.

Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk mengambil, mengedit, dan membagikan foto, salah satunya melalui aplikasi Instagram (Hinton & Hjorth, 2013). Instagram adalah situs jejaring sosial yang menyediakan *platform* bagi orang yang ingin membagikan foto dan video kepada pengguna lain (Cheung, 2014).

Instagram merupakan media sosial fotografi digital dengan pengguna terbanyak dan paling populer yakni 150 juta pengguna di Indonesia (dipstrategy.co.id, 2025).

Sementara itu pengguna Instagram remaja usia 13 – 17 diketahui sebanyak 8% dari keseluruhan total pengguna dari berbagai kategori umur, jumlah ini relatif sedikit dibandingkan dengan kategori umur lainnya (affmaven.com., 2025). Hal ini sejalan dengan peraturan terbaru pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Digital bahwa usia minimum menggunakan media sosial termasuk Instagram, Fecebook, dan Threads berubah menjadi usia 16 tahun keatas, sehingga akun pengguna dibawah 16 tahun akan secara bertahap akan dinonaktifkan (CNBC, 2026). Namun, fenomena jumlah pengguna remaja usia 13 – 17 yang relatif sedikit dibandingkan dengan kategori umur lainnya dapat juga disebabkan oleh beberapa hal salah satunya adalah pemalsuan umur yang dilakukan oleh remaja. Riset yang dilakukan oleh YouGov menunjukkan bahwa dari 1700 anak dan remaja berumur 8 – 17 tahun, ditemukan sebanyak 52% diantaranya mengubah tanggal lahir untuk membuat umur mereka lebih tua di Instagram (telegraph.co.uk, 2024).

Instagram dilengkapi oleh fitur – fitur pengeditan gambar untuk menyesuaikan dengan standar kecantikan (Shah dkk., 2019). Salah satunya adalah fitur *filter* yang digunakan untuk membuat foto atau video yang dibagikan menjadi lebih indah atau lebih bagus secara visual (Nesi dkk., 2018). Instagram juga memiliki fitur Instagram *story* yang diunggah melalui profil akun pengguna dan hanya bisa dilihat dalam kurung waktu 24 jam, sementara itu postingan yang lebih permanen dapat diposting melalui *feed* (Kim & Kim, 2023). Selain itu, sebelum mengunggah foto yang diinginkan di Instagram seperti foto *selfie* atau foto diri, foto-

foto tersebut dapat diedit terlebih dahulu (Vendemia & DeAndrea, 2021). Foto *selfie* dilakukan dengan mengambil foto dalam *angle* yang bagus serta pencahayaan yang cerah untuk memberikan kesan terbaik diri individu ke pengguna lain dengan meminimalisir kekurangan (Mills dkk., 2018). Cara individu dalam memberikan kesan terbaik di media sosial dapat juga disebut dengan presentasi diri *online* atau *online self-presentation*.

Online self-presentation adalah cara menampilkan diri melalui internet dengan mengelola atau memonitor kesan dari pengguna internet lain terhadap diri (Fullwood, 2019). Menurut teori *self-presentation* oleh Goffman (1956), ketika individu tampil di hadapan orang lain, ia akan memiliki banyak motif dalam mengendalikan kesan yang mereka terima dalam situasi tersebut. Menurut Arnani dan Nindhita (2024), *online self-presentation* adalah proses kesadaran seseorang dalam mempengaruhi persepsi tentang citra diri mereka. Proses ini dilakukan dengan mengontrol dan mengelola informasi mengenai diri di media sosial, contohnya dapat dilihat dari media sosial Instagram yang memiliki fitur pendukung sehingga penggunaanya dapat memiliki ruang untuk menampilkan visualisasi terbaik diri mereka.

Terdapat beberapa aspek yang menggambarkan perilaku *online self-presentation*. Fullwood dkk. (2016) menjelaskan empat aspek mengenai perilaku presentasi diri di dunia maya yaitu: *ideal self* (diri ideal), *multiple selves* (diri ganda), *consistent self* (diri konsisten), *online presentation preference* (preferensi tampilan daring). Keempat aspek tersebut menggambarkan bagaimana bentuk individu dalam menampilkan presentasi diri mereka di dunia maya, baik dalam

bentuk menampilkan diri ideal (*ideal self*), menampilkan sisi diri yang lain (*multiple selves*), kesesuaian diri di dunia maya dan dunia nyata, dan preferensi untuk menampilkan diri di dunia maya (*online presentation preference*).

Berkaitan dengan tahap perkembangan psikososial-nya, remaja melakukan eksperimen dengan berbagai identitas serta membentuk identitas tersebut dalam melakukan presentasi diri dengan mengganti akun, menghapus postingan sebelumnya, merencanakan, memilih, dan mengedit foto, serta mengungkapkan berbagai macam informasi kepada kelompok grup yang berbeda (Zilich & Riesmeyer, 2021). Selain itu remaja memiliki kecenderungan untuk “dikenal” oleh orang lain sehingga mereka akan merasa diapresiasi atau diperhatikan jika postingan foto diri mereka (*selfie*) mendapatkan *likes* atau komen yang positif (Arnani & Nindhita, 2024). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu dampak perilaku *online self-presentation* ini bagi remaja adalah mereka dapat melakukan eksplorasi diri dengan melakukan beberapa bentuk perilaku presentasi diri di dunia maya seperti mengunggah foto diri (*selfie*).

Remaja perempuan cenderung menunjukkan presentasi diri di media sosial yang berkaitan dengan penampilan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 25 negara di seluruh dunia dengan jumlah sampel 12.257 orang, ditemukan jumlah prevalensi sampel wanita yang melakukan presentasi diri di media sosial yang berkaitan dengan penampilan adalah sebanyak 20%, yang mana hal ini lebih banyak dibandingkan prevalensi yang ditemukan pada sampel lelaki yaitu 18% (Kolesnyk dkk., 2021). Perempuan cenderung ingin dilihat sesuai apa adanya dan ingin

menunjukkan pesona yang berbeda kepada orang lain dibandingkan dengan remaja laki – laki (Candra dkk., 2023).

Selain itu, pengguna media sosial yang mengunggah foto penampilan sempurna mereka dapat dilakukan sebagai respon defensif mereka untuk menyembunyikan kekurangan fisik yang dimiliki (Fioravanti dkk., 2024). Remaja ditemukan melakukan upaya presentasi diri untuk mencapai standar kecantikan yang dibentuk oleh teman sebayanya, dimana *likes* dan *followers* digunakan untuk validasi terhadap keindahan fisik mereka (Young dkk., 2022). Sehingga mereka melakukan beberapa strategi untuk mengontrol gambaran tubuh mereka pada foto seperti mengedit foto diri untuk menutupi perasaan khawatir terhadap tubuh (Fioravanti dkk., 2024). Perasaan khawatir terhadap bentuk tubuh dapat juga disebut dengan *body dissatisfaction*.

Body dissatisfaction adalah penilaian keliru yang dilakukan oleh individu terhadap ukuran tubuh atau kekhawatiran terhadap bentuk tubuh, hal ini juga dapat dialami pada individu yang memiliki perasaan meremehkan tubuhnya sendiri (Cooper dkk., 1987). Hal ini juga didukung oleh pernyataan Ogden (2007) bahwa dalam memahami *body dissatisfaction* dapat dilihat dari sisi perasaan negatif dan kognisi negatif terhadap tubuh. *Body dissatisfaction* dapat terjadi pada konteks dimana citra tubuh bersifat subjektif dan ditentukan secara sosial (Grogan, 2022).

Remaja rentan mengalami masalah pada citra tubuh karena perubahan fisik dan psikologis yang signifikan pada masa pubertas (Grogan, 2022). Perubahan tersebut juga memperkuat gagasan tentang “penonton imajiner” yang mana mereka menganggap orang lain menilai penampilan mereka, maka dari itu perubahan fisik

yang dialami remaja dapat meningkatkan kekhawatiran remaja terhadap citra tubuhnya (Ricciardelli & Yager, 2016). Kekhawatiran pada citra tubuh dapat menjadi salah satu ciri – ciri dari ketidakpuasan pada tubuh yang dapat disebut juga dengan *body dissatisfaction*.

Remaja perempuan memiliki karakteristik tertentu dalam mengungkapkan ketidakpuasan pada tubuh, mereka cenderung memiliki penampilan ideal kurus (Vuong dkk., 2021). Hal ini disebabkan oleh remaja perempuan lebih terpapar standar tubuh ideal kurus oleh media (Latiff dkk., 2018). Selain itu menghabiskan waktu di media sosial dapat membuat remaja membandingkan tubuh mereka sendiri dengan pengguna lain yang lebih menarik (Bozzola dkk., 2022). Hal ini dapat ditemukan pada penelitian yang dilakukan kepada kedua kelompok remaja yang memiliki perbedaan demografi menunjukkan bahwa kedua kelompok subjek memiliki persepsi *body dissatisfaction* sebesar 54% pada siswi kota dan 60% pada siswi kabupaten serta persentase menggunakan Instagram dengan kategori aktif posting satu sampai empat kali dalam sebulan yaitu siswi kota sebesar 78% dan siswi kabupaten sebanyak 68% (Wassalwa & Khomsan, 2023).

Body dissatisfaction memiliki dampak tertentu pada remaja yang mengalaminya. Remaja yang mengalami *body dissatisfaction* akan menghindari situasi sosial dan pribadi dimana mereka merasa dinilai berdasarkan penampilan mereka (Ricciardelli & Yager, 2016). Selain itu mereka akan mengalami distorsi pada citra tubuh seperti merasa jauh lebih gemuk daripada yang sebenarnya atau merasa kurang berotot dari yang sebenarnya (Grogan, 2022). Ketidakpuasan tubuh yang berkelanjutan dapat menimbulkan kontrol berlebih pada berat badan

(Martorell, 2014). Remaja yang terlalu mengontrol berat badannya secara tidak sehat dapat memunculkan gangguan makan dan perilaku terkait lainnya seperti penggunaan steroid (Ricciardelli & Yager, 2016).

Penelitian sebelumnya oleh Wardhani (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara ketidakpuasan tubuh dengan strategi presentasi diri pada wanita *emerging adulthood* berusia 18 – 25 tahun, namun penelitiannya menggunakan teori dan alat ukur yang berbeda dari penelitian ini. Selain itu, pada kekurangan penelitian, peneliti menyatakan bahwa rentang pilihan jawaban pada skala alau ukur terlalu banyak sehingga peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan pilihan jawaban skala alat ukur. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa penelitian sebelumnya tidak memakai teori dan alat ukur yang sama dengan penelitian ini, sehingga peneliti memutuskan untuk memakai teori dan alat ukur yang berbeda yaitu memakai teori dan alat ukur dari Cooper dkk. (1987) untuk *body dissatisfaction* serta memakai teori dan alat ukur dari Fullwood (2016) untuk *online self presentation*.

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian sebelumnya terdapat hubungan antara *body dissatisfaction* dengan *online self- presentation* pada wanita *emerging adulthood* berusia 18 – 25 tahun. Selain itu penelitian sebelumnya juga memberikan saran untuk lebih memperhatikan pilihan jawaban skala alat ukur, sehingga peneliti memutuskan untuk memakai teori dan alat ukur yang berbeda yaitu memakai teori dan alat ukur dari Cooper dkk. (1987) untuk *body dissatisfaction* serta memakai teori dan alat ukur dari Fullwood (2015) untuk *online self presentation*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai

hubungan antara *body dissatisfaction* dengan *online self-presentation* pada remaja pengguna media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apakah terdapat hubungan *body dissatisfaction* dengan *online self-presentation* pada remaja pengguna media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *body dissatisfaction* dengan *online self-presentation* pada remaja pengguna media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu psikologi terutama di bidang psikologi klinis dan psikologi sosial.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian – penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan *body dissatisfaction* dan *online self-presentation* pada remaja pengguna media sosial Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian dapat memberikan evaluasi bagi masyarakat untuk mengenali dampak dari *body dissatisfaction* sehingga dapat membantu dalam mempromosikan citra tubuh yang positif terutama pada remaja pengguna media sosial Instagram.

2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menyusun rancangan preventif, interventif, dan kuratif untuk mencegah, mengurangi dan mengatasi perilaku *body dissatisfaction* pada remaja pengguna media sosial Instagram.

