

HUBUNGAN ANTARA *ONLINE SELF-PRESENTATION* DENGAN *SUBJECTIVE WELL-BEING* PADA *EMERGING ADULTS* PENGGUNA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Dwi Endah Widiyani¹, Jati Ariati¹

¹Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

widiyanidwiendah@gmail.com

Abstrak

Di era digital, hubungan sosial pada *emerging adults* memainkan peran yang sangat penting dalam *subjective well-being* karena mereka seringkali berlomba-lomba untuk menampilkan diri dengan versi terbaik melalui *online self-presentation*, bahkan sampai memaksakan dirinya untuk terus mengikuti standar sosial yang ada. Melihat pencapaian orang lain yang tampak sempurna menyebabkan ketidakpuasan dengan hidupnya sendiri, terutama pada *emerging adult* yang berusia 18-25 tahun seperti mahasiswa pengguna media sosial *Instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *online self-presentation* dengan *subjective well-being* pada *emerging adults* pengguna media sosial *Instagram*. Penelitian dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Diponegoro angkatan 2021 dengan sampel sebanyak 262 mahasiswa yang diperoleh melalui teknik insidental *sampling*. Pengumpulan data menggunakan Skala *Subjective Well-Being* yang terdiri dari 29 aitem valid ($\alpha=0.930$) dan Skala *Online Self-Presentation* dengan 18 aitem valid ($\alpha=0.859$). Analisis statistik dengan metode analisis regresi sederhana menemukan adanya hubungan negatif dan signifikan antara *online self-presentation* dengan *subjective well-being* ($r_{xy} = -0.289$; $p < 0.05$), hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *online self-presentation*, semakin rendah *subjective well-being* pada *emerging adults* pengguna media sosial *Instagram* dan sebaliknya.

Kata kunci: *online self-presentation, subjective well-being, emerging adults*

THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE SELF-PRESENTATION AND SUBJECTIVE WELL-BEING IN EMERGING ADULTS USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

Dwi Endah Widiyani¹, Jati Ariati¹

¹Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

widiyanidwiendah@gmail.com

Abstract

In the digital era, social relationships among emerging adults have a crucial role in subjective well-being, as they often strive to present the best version of themselves through online self-presentation, even to the point of forcing themselves to adhere to existing social standards. Seeing the perfect achievements of others leads to dissatisfaction with their own lives, especially among emerging adults aged 18-25, such as university students who use Instagram. This study aims to investigate the relationship between online self-presentation and subjective well-being among emerging adults who use Instagram. The research was conducted on students of the Faculty of Law at Diponegoro University, class of 2021, with a sample of 262 students obtained through incidental sampling. Data collection was done using the Subjective Well-Being Scale, which consists of 29 valid items ($\alpha=0.930$), and the Online Self-Presentation Scale with 18 valid items ($\alpha=0.859$). Statistical analysis using the simple regression analysis method found a negative and significant relationship between online self-presentation and subjective well-being ($r_{xy} = -0.289$; $p < 0.05$), indicating that the higher the online self-presentation, the lower the subjective well-being among emerging adults who use Instagram.

Keywords: *online self-presentation, subjective well-being, emerging adults*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu akan melewati tahapan beserta dengan tuntutan perkembangan (*social expectations*) yang harus dipenuhi (Hurlock, 2010). Fase *emerging adult* merupakan salah satu masa perkembangan yang akan dialami oleh setiap manusia. Arnett (2000) mendefinisikan *emerging adult* sebagai periode terjadinya transisi dari remaja menuju dewasa. Transisi tersebut tepatnya terjadi pada usia 18-25 tahun yang ditandai dengan eksplorasi diri, ketidakpastian pada beberapa aspek kehidupan, peningkatan fokus diri, dan perasaan tidak siap dianggap sebagai individu dewasa namun juga tidak mau dianggap sebagai remaja. Masa *emerging adult* menjadi fase dalam hidup yang memberikan peluang paling besar dalam eksplorasi identitas pada beberapa domain kehidupan, seperti cinta, pekerjaan, dan pandangan dunia. Oleh karena itu, *emerging adult* menjadi masa dalam hidup yang dianggap sangat penting karena banyak eksplorasi identitas yang dilakukan oleh individu (Arnett, 2000).

Tugas-tugas perkembangan yang harus diselesaikan oleh *emerging adults* terkait dengan persiapan pemenuhan tanggung jawab, harapan, dan peran sebagai orang dewasa (Yıldırım & Sari, 2022). Menurut Erikson, pada masa *emerging adult* individu akan berusaha melakukan pencarian identitas diri dan membangun hubungan yang akrab dengan individu lainnya. Individu yang mengalami masalah seperti kesulitan dalam pembentukan identitas diri akan mengalami kebingungan

dalam mendefinisikan siapa dirinya serta akan merasa terkucilkan (Santrock, 2012). Pendalaman identitas diri yang dilalui oleh individu pada masa *emerging adult* tidak selalu mudah dan sesuai keinginan karena terdapat peningkatan pengakuan terhadap karakteristik unik dan kebutuhan individu seperti kebutuhan akan pengakuan diri yang positif (Macleod dkk., 2014). Ketidakmampuan dalam menghadapi perubahan dan pemenuhan kebutuhan dapat menimbulkan sejumlah permasalahan.

Penelitian menunjukkan berbagai macam masalah psikologis yang dialami selama masa remaja menuju dewasa awal. Salah satunya adalah tindakan bunuh diri dan melukai diri sendiri pada remaja serta dewasa awal sebagai akibat buruk yang berkaitan dengan faktor risiko penyakit mental dan gangguan fungsi sosial (Andriessen, dkk., 2017). Mojtabai dkk. (2016) mengungkapkan ada kecenderungan bahwa depresi meningkat pada rentang usia 12-20 tahun dan sayangnya sebagian besar tidak melakukan pengobatan. Munculnya rasa cemas, panik, dan kebingungan yang sering dialami oleh individu fase peralihan dari remaja menuju dewasa awal juga dapat memicu timbulnya atau kambuhnya gangguan kejiwaan (Arini, 2021). Terkait dengan fase *emerging adult*, Wijaya dan Saprowi (2022) mengungkapkan terdapat banyak permasalahan yang dihadapi, seperti kebimbangan dalam melanjutkan pendidikan, karir, dan hubungan romantis sehingga berpotensi memunculkan *stress*, emosi tidak stabil, dan depresi.

Teori psikososial Erikson menyatakan bahwa masa *emerging adult* ditandai oleh hubungan yang erat dan penuh komunikasi (Krisnadi & Adhandayani, 2022). Interaksi sosial yang dilakukan oleh individu guna menjalin relasi dengan orang

lain bentuknya beragam, terdapat interaksi secara langsung atau biasa dikenal dengan tatap muka dan ada juga yang dilakukan dengan bantuan teknologi komunikasi berupa media sosial (Smahel, dkk., 2012). Menurut Rizkiansyah dan Qodariah (2023), keberagaman interaksi sosial yang dilakukan dapat dilihat dari cara individu mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, berkomunikasi satu sama lain, menyampaikan pendapat, dan mengabadikan momen-momen penting. Penggunaan media sosial oleh khalayak memiliki beberapa fungsi, seperti pengelolaan identitas pengguna, upaya dalam menemukan jawaban keilmuan dari para ahli, kesadaran konteks, memungkinkan untuk mengatur materi yang diunggah, pemanfaatan jejaring, dan bertukar materi unggahan dengan pengguna lain (Oh & Syn, 2015).

Di Indonesia tercatat pengguna media sosial pada tahun 2022 mencapai 191.4 juta orang atau mencakup 68.9% dari populasi. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 12.6% dibandingkan tahun sebelumnya. Indonesia memiliki banyak *platform* media sosial yang memang masif digunakan, seperti *Instagram* (86.6%), *Facebook* (85.5%), *Twitter* (63.6%), dan *Tiktok* (38.7%) (Kemp, 2022). Penekanan utama penelitian ini adalah *platform* media sosial *Instagram*. Jumlah pengguna yang tercatat berjumlah 92.5 juta orang dengan mayoritas berada pada kelompok usia 18-25 tahun. Instagram menawarkan berbagai fitur, lebih dari sekedar mengunggah foto dan video tetapi juga terdapat fitur lain seperti filter digital, musik, *gift*, dan tipografi. Fitur-fitur yang tersedia memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video secara instan ke *Instagram stories* atau siaran langsung. Selain itu, Instagram sering digunakan untuk pencarian informasi melalui

unggahan berupa foto dan video serta berkomunikasi melalui fitur *direct message* dengan pengguna lain (Kircaburun & Griffiths, 2018).

Dalam menggunakan media sosial tentunya dapat menimbulkan efek positif maupun negatif. Efek positif yang dihasilkan antara lain adalah merasakan kegembiraan saat menerima tanggapan pada unggahannya, memperoleh pengetahuan berharga dari konten yang dibuat orang lain, bertemu dengan seseorang yang mempunyai ketertarikan serupa, dan memperoleh peluang untuk eksplorasi diri (Hudson, dkk., 2015). Tidak hanya efek positif, menggunakan media sosial juga dapat menghasilkan efek negatif, yaitu terganggunya kondisi diri individu terkait dengan aspek psikologis terutama mengenai ketergantungan pada kegiatan dan aktivitas yang dilakukan secara virtual, seperti mengunggah konten berupa foto dan video, menerima respon dari pengguna lain dalam bentuk komentar, serta berbagi kegiatan pribadi. Menerima komentar di media sosial juga memiliki dampak bagi *subjective well-being* karena adanya fluktuasi suasana hati (Best, dkk., 2014). Adanya rasa ingin diperhatikan menjadi hal yang kerap ditunjukkan oleh pengguna media sosial, seperti mengunggah hal-hal dalam hidup yang bersifat pribadi kepada pengguna lain dengan mengharapkan komentar yang baik (Naslund, dkk., 2014). Respon pengguna lain seperti *likes* dan komentar pada foto dapat meningkatkan *subjective well-being* dibandingkan dengan foto dengan jumlah *likes* dan komentar yang sedikit (Valkenburg, dkk., 2006).

Individu akan memanfaatkan ruang media sosial seperti Instagram untuk memiliki hubungan sosial dengan berinteraksi secara anonim dan membebaskannya berkomunikasi dengan cara yang diinginkan sehingga membuat lebih percaya diri,

terutama bagi individu yang sulit berkomunikasi secara langsung (Rizkiansyah & Qodariah, 2023). Hubungan sosial menjadi aspek penting dalam kehidupan karena dapat mempengaruhi *subjective well-being* seseorang (Erözkan dkk., 2017). Suasana hati yang bahagia akan membuat individu mengalami peningkatan frekuensi dan kualitas partisipasi terhadap kegiatan sosial yang melibatkan interaksi interpersonal (Diener, dkk., 2005).

Subjective well-being diartikan metode seseorang dalam menilai kehidupan, baik secara umum maupun dalam domain kehidupan tertentu seperti keluarga, teman, dan waktu senggang (Carrasco dkk., 2020). Menurut Diener (dalam Imelda, 2013), *subjective well-being* merupakan proses seseorang melakukan penilaian terhadap hal-hal yang berlangsung dalam hidupnya, mencakup evaluasi kognitif dan evaluasi afektif. Evaluasi kognitif dilakukan dengan cara menilai kepuasan secara menyeluruh terkait kehidupannya, sedangkan evaluasi afektif akan melibatkan reaksi emosi individu terhadap peristiwa-peristiwa dalam hidupnya. Setiap individu tentunya mempunyai dorongan untuk membangun dan menjaga hubungan interpersonal yang stabil agar dapat merasakan kebahagiaan. Hal tersebut menjadi dasar bagi individu terkait penerimaan dan rasa memiliki yang dapat dilihat melalui korelasi antara hubungan positif dengan emosi baik yang dihasilkan, seperti kebahagiaan, kesejahteraan, dan kepuasan (Leary, 2021). *Subjective well-being* memberikan gambaran bahwa individu yang berpikiran positif akan cenderung bahagia dalam hidupnya.

Peningkatan penggunaan media sosial sangat terkait dengan *online self-presentation* yang dilakukan oleh pengguna *Instagram*. Hal tersebut terlihat dari

cara mereka berinteraksi dalam unggahannya. Marcus (dalam Sheldon & Bryant, 2016) mengemukakan bahwa *Instagram* lebih banyak digunakan daripada media sosial lain dalam mempresentasikan identitas pribadi pengguna. Menurut Achmad (2019), interpretasi identitas di *Instagram* sering dilakukan ketika seseorang merasa bahwa hasil dari tindakan seperti mengunggah konten tersebut adalah positif. Hal itu yang nantinya akan membuat mereka memiliki pandangan positif terhadap tindakan tersebut bahkan sampai mengulangnya. Sebaliknya, jika tindakan tersebut mendapatkan respon yang lebih sedikit dari biasanya maka pandangannya juga akan negatif. Jika pengguna *Instagram* lain menganggap bahwa unggahan kontennya positif dan mendapatkan komentar yang baik, *likes* yang banyak maka ia akan semakin termotivasi untuk memenuhi harapan orang lain di media sosial. Ajzen (1991) dalam teori *planned behaviour* yang mengungkapkan bahwa niat atau motivasi untuk melakukan berbagai jenis perilaku dapat diprediksi dengan akurasi tinggi dari sikap terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Hal inilah yang akan menumbuhkan persepsi seseorang mengenai kontrol perilaku serta menyebabkan perbedaan besar dalam perilaku sebenarnya.

Goffman (dalam Tama, 2018) mengemukakan bahwa *online self-presentation* merupakan gambaran individu dalam mempresentasikan diri terbaik mereka sehingga dapat meregulasi kesan orang lain terhadap dirinya. Tidak diragukan lagi, pengguna media sosial secara selektif mengatur konten yang ingin ditampilkan, menekankan aspek positif seperti foto-foto terbaik yang dimiliki, pencapaian penting, dan aktivitas yang dilakukan (Vogel dkk., 2014). Pengguna *Instagram* sering kali menahan diri untuk tidak menampilkan aspek negatif atau kerja keras

yang dilakukan untuk mencapai kesuksesan dalam hidup mereka saat ini. Selain hanya menampilkan aspek positif, konten *Instagram* akan memberikan individu gambaran terkait kehidupan ideal pengguna lain. Sederhananya, pengguna media sosial seperti *Instagram* melakukan presentasi diri secara *online* untuk meningkatkan citra diri mereka agar terlihat lebih indah (Hoddk., 2016).

Terdapat penelitian-penelitian yang dilakukan terkait korelasi antara *online self-presentation* dan *subjective well-being*. Kim dan Lee (dalam Rizkiansyah & Qodariah, 2023) mengungkapkan bahwa peningkatan kebahagiaan pengguna media sosial terjadi ketika adanya penegasan citra diri positif melalui *online self-presentation* yang dilakukan. Tindakan *online self-presentation* yang positif memungkinkan seseorang untuk mempunyai pandangan positif tentang dirinya sendiri. Individu yang menampilkan *online self-presentation* positif dengan menjaga citra diri yang baik dapat memunculkan pemikiran baik tentang dirinya sendiri, yang pada gilirannya membantu mengatasi situasi seperti stres, sedangkan *honest self-presentation* yang dilakukan dengan menampilkan pemikiran dan perasaan yang lebih terbuka serta gambaran diri yang apa adanya.

Pada *online self-presentation*, individu cenderung menggambarkan dirinya menggunakan aspek-aspek yang tidak sama dengan dirinya, tidak hanya menampilkan diri yang sebenarnya (*real self*), ataupun diri yang sesuai dengan keinginan dan harapan individu (*ideal self*), tetapi juga wujud diri yang tidak benar (*false self*) (Michikyan, dkk., 2014). Menurut Krasnova (2014) melihat dan mendapatkan informasi melalui media sosial erat kaitannya dengan perasaan iri sehingga berdampak negatif pada *subjective well-being*, yaitu pada dimensi

kognitif dan afektif penggunanya. Melihat dampak dari *online self-presentation* melalui penggunaan media sosial terhadap kondisi *subjective well-being emerging adults* membuat peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai keterkaitan *online self-presentation* dengan *subjective well-being* pada *emerging adults* pengguna media sosial *Instagram*.

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan antara *online self-presentation* dengan *subjective well-being* pada *emerging adults* pengguna media sosial *Instagram*?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendapatkan data empiris mengenai hubungan antara *online self-presentation* dengan *subjective well-being* pada *emerging adults* pengguna media sosial *Instagram*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penelitian mendatang khususnya pada bidang studi psikologi perkembangan dan sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi *emerging adults* pengguna media sosial *Instagram*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai dampak dari *online self-presentation* terhadap *subjective well-being* pengguna media sosial *Instagram* khususnya terhadap kondisi kesehatan mental.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan rujukan bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan melibatkan populasi yang lebih luas terkait dengan *subjective well-being*.