

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan penggunaan media sosial pada saat ini semakin meningkat, salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah *Instagram*. Hal ini sesuai dengan data, bahwa negara Indonesia menduduki peringkat ke-4 dengan jumlah pengguna *instagram* terbanyak di dunia, dengan total pengguna 61.610.000 atau 22,6 persen dari total populasi di Indonesia (Putri, 2019). *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke akun *instagramnya* sendiri (Sendari, 2019).

Dalam *instagram* ada yang dinamakan dengan istilah *influencer*. *Influencer* merupakan orang yang memiliki *followers* atau *audience* yang cukup banyak di sosial media, dari 1.000 hingga 100.000 lebih *followers*. Sehingga *influencer* dianggap memiliki pengaruh yang kuat terhadap *followersnya* (Questibrilia, 2019). *Influencer instagram* di Indonesia diperkirakan ada ratusan ribu *influencer* yang tersebar di berbagai kota besar (Hestianingsih, 2019). Pekerjaan *influencer* adalah mempromosikan berbagai produk dari *brand* atau *online shop* yang biasa disebut dengan istilah *endorsement*. Dalam rangka *endorse* suatu produk kepada *Influencer*, akan dikenakan sejumlah biaya. Biasanya mereka mempertimbangkan tarif *endorse* dari jumlah pengikutnya. Produk yang biasa di *endorse* kepada *influencer* ada berbagai macam, antara lain baju, celana, hijab, tas, sepatu, jam tangan, aksesoris, bahkan hingga makanan ataupun jasa travel dapat dipromosikan oleh *influencer* tersebut (wawancara pribadi *influencer* R, 24 Oktober 2019).

Selain mendapatkan *endorsement*, ada beberapa hal lain yang menjadi keuntungan seorang *influencer*, antara lain menjadi terkenal di *instagram*, memperoleh penghasilan, memperluas jaringan sosial, diundang ke *event eksklusif*, memperkuat *personal branding*, mendapatkan apresiasi, dan dapat memulai bisnis sendiri karena telah memiliki popularitas yang dapat membantu *influencer* dalam memasarkan bisnisnya (Prasetya, 2018). Tetapi selain keuntungan yang disebutkan diatas, ternyata tetap ada yang membuat *influencer* merasa tidak nyaman, antara lain terbatasnya ruang privasi, harus siap menghadapi ujaran kebencian, dan tidak menjamin kehidupan yang mapan karena tidak mendapatkan penghasilan yang tetap (Theresia, 2019). Untuk mengurangi ketidaknyamanan ini, ada beberapa hal yang dapat memicu *influencer* untuk terus aktif di *instagram*, yaitu tetap membuat konten foto ataupun video yang bagus dan menarik, serta harus sering berinteraksi dengan para pengikutnya di *instagram* agar tetap menjadi perhatian para pengguna *instagram* lainnya, karena hal tersebut akan berpengaruh dalam meningkatkan kebahagiaan *influencer* sehingga berdampak pada kepuasan hidupnya.

Diener dan Biswas-Diener (dalam Pratama & Dewi 2018) mengatakan bahwa kepuasan hidup merupakan penilaian secara kognitif mengenai seberapa baik dan memuaskan hal-hal yang sudah dilakukan individu dalam kehidupannya secara menyeluruh dan atas area-area utama dalam hidup yang mereka anggap penting (*domain satisfaction*) seperti hubungan interpersonal, kesehatan, pekerjaan, pendapatan, spiritualitas dan aktivitas di waktu luang.

Salah satu *influencer* yang diduga memiliki kepuasan hidup yang tinggi adalah RV 24 tahun, ia adalah seorang *influencer* dengan jumlah pengikut *instagram* 5 juta. RV diduga memiliki kepuasan hidup yang tinggi karena ia memiliki keinginan untuk mengubah kehidupannya, RV mempunyai masa lalu yang kurang baik karena perceraian orangtuanya sehingga membuat RV bertekad untuk bekerja keras agar bisa membahagiakan ibunya dan bisa membantu ibunya mencari uang, ia berjualan di media sosial agar mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Ia juga sering membagikan kisahnya di akun *instagram* dan selalu menyampaikan hal-hal positif kepada pengikutnya. Sampai akhirnya ia mendapatkan banyak dukungan dari banyak orang dan menjadi terkenal di *instagram*, bahkan RV sukses membuat bisnis sendiri di bidang kecantikan, *fashion*, dan kuliner (Wink, 2019). Sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa kehidupan RV bisa dinilai sangat berkecukupan dan RV merasakan kepuasan hidup saat ini.

Sedangkan salah satu *influencer* yang diduga memiliki kepuasan hidup yang rendah adalah LC, dengan jumlah pengikut *instagram* 49 ribu. LC diduga memiliki kepuasan hidup yang rendah karena LC tidak memiliki kepuasan terhadap hidup saat ini, LC mengaku "*aku hidup dalam kebohongan*" karena ia sampai terlilit hutang sekitar 142 juta hanya untuk memenuhi gaya hidupnya di *instagram*. Sebagian besar gajinya digunakan untuk makan di luar, berbelanja, dan berpergian, semua itu dilakukan untuk menciptakan kehidupan *online* yang didambakan meski utang terus menghantuinya. LC pun mengatakan ia memanjakan diri dengan berbelanja hingga 200 dollar AS dan membeli barang-barang *high-end* karya desainer setiap bulan sehingga di *instagram* ia tak terlihat memakai pakaian yang sama dua kali (Nugraha, 2019). Hal tersebut dapat dikatakan bahwa LC tidak merasa puas dengan kehidupannya sehingga membuat ia terlilit hutang hanya untuk memuaskan hidupnya dan agar terlihat sempurna di *instagram*.

Dengan demikian, *influencer* yang puas terhadap hidupnya berusaha untuk meningkatkan kualitas hidupnya dengan berkinerja baik, menerima keadaan hidupnya yang sekarang, menerima seluruh pengalaman baik maupun buruk di masa lalu, serta memiliki sikap optimis pada masa depannya, dan mampu menerima pendapat oranglain untuk dijadikan evaluasi. Selain itu *influencer* juga dapat menilai bahwa kehidupannya selama ini mungkin tidak sempurna tetapi tujuan hidupnya tercapai dan memuaskan.

Seperti hasil wawancara peneliti tentang kepuasan hidup dengan *influencer* D (75rb *followers*, 26 Desember 2019) yang mengatakan :

“... Alhamdulillah saya puas dan selalu bersyukur dengan apa yang saya dapat di kehidupan masa lalu saya dan saat ini, yang harus saya lakukan untuk kedepannya adalah membuat konten yang lebih menarik dan pastinya yang positif agar dapat memberikan manfaat untuk orang-orang yang telah mendukung saya di instagram sampai saya menjadi seperti sekarang”

Dari hasil wawancara peneliti dengan *influencer* D, dapat di simpulkan bahwa subjek diduga memiliki kepuasan hidup yang tinggi. Hal ini terlihat dari sikap subjek yang menerima kehidupannya di masa lalu dan saat ini serta merasa bahwa kehidupannya sudah memuaskan, kemudian juga terlihat dari sikap subjek yang ingin terus maju dan tetap semangat dalam mengubah kehidupannya dimasa depan. Berbeda dengan hasil wawancara peneliti tentang kepuasan hidup terhadap *influencer* A (14rb *followers*, 25 Desember 2019) yang mengatakan :

*“... saya merasa belum puas dengan hidup saya di masa lalu dan saat ini, saya senang sih jadi *influencer* karena jadi dapat teman banyak, terus dapat banyak barang gratis dari endorsement tetapi saya ingin mendapatkan pekerjaan yang lebih tetap karena saya kan sudah punya anak”*

Dari hasil wawancara peneliti dengan *influencer* A dapat disimpulkan bahwa subjek diduga memiliki kepuasan hidup yang rendah. Subjek merasa belum puas terhadap hidupnya di masa lalu dan saat ini, subjek ingin mendapatkan status pekerjaan dengan penghasilan yang tetap karena subjek sudah mempunyai tanggung jawab sebagai orangtua.

Hasil kedua wawancara dengan *influencer* mengenai kepuasan hidup, terlihat bahwa *influencer* memiliki kepuasan hidup yang berbeda-beda. Ada yang memiliki kepuasan hidup yang tinggi dan ada yang memiliki kepuasan hidup yang rendah. Menurut Diener (dalam Sintiawati & Sari, 2017) salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan hidup adalah hubungan sosial karena hubungan sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan hidup. Individu yang memiliki kedekatan dengan orang lain, memiliki teman dan keluarga yang supportif cenderung puas akan seluruh kehidupannya. Hubungan sosial bisa dalam bentuk dukungan sosial.

Menurut Sarafino (dalam Adani, 2015), dukungan sosial mengacu pada kenyamanan, perhatian, penghargaan, atau bantuan yang diberikan orang lain atau kelompok kepada individu. Mengetahui bahwa orang lain mencintai dan mau melakukan sesuatu yang dapat mereka lakukan untuk individu merupakan inti dari dukungan sosial. Sedangkan menurut Sarason (dalam Adani, 2015) dukungan sosial pada umumnya diartikan sebagai keberadaan orang lain yang dapat dipercaya, orang yang dapat membuat individu tahu bahwa orang lain peduli, berharga, dan mencintai individu yang bersangkutan. Dukungan sosial di

instagram dapat bersumber dari *endorsement*, *follow*, *likes*, dan memberikan komentar yang positif serta saran yang dapat membangun.

Dengan demikian, *influencer* yang memperoleh dukungan sosial yang tinggi baik itu dari keluarga, kerabat, pengikutnya di *instagram* ataupun dukungan *endorsement* dari *online shop*, ia cenderung merasa senang, dipedulikan, dihargai, sehingga *influencer* dapat menilai dirinya dengan positif dan mampu bersikap optimis serta berkinerja dengan baik untuk membuat konten-konten yang menarik agar meningkatkan kebahagiaan yang berdampak pada kesehatan, status kerja, dan penghasilan *influencer* sehingga berpengaruh terhadap tercapainya kepuasan hidup. Sedangkan, *influencer* yang memperoleh dukungan sosial yang rendah, baik itu dari keluarga, kerabat, pengikutnya di *instagram* ataupun kurangnya dukungan *endorsement* dari *online shop*, ia cenderung merasa kurang dipedulikan dan kurang dihargai sehingga memiliki sikap yang kurang optimis dan kurang percaya diri dalam membuat konten di *instagramnya*, dan berpengaruh pada rendahnya kebahagiaan yang di dapat sehingga berdampak pada kesehatan, status kerja, dan penurunan penghasilan *influencer* yang akan berpengaruh terhadap rendahnya tingkat kepuasan hidup yang dimiliki.

Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya, yang dibuat Sintiawati dan Sari (2017) dengan judul “*Hubungan antara dukungan sosial dan kepuasan hidup pada remaja yang tinggal di panti asuhan Yogyakarta*” yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara dukungan sosial dengan kepuasan hidup pada remaja yang tinggal di panti asuhan. Selain itu hasil penelitian lain dari Adani (2015) dengan judul “*Hubungan kondisi kerja dan dukungan sosial terhadap kepuasan hidup*” yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kondisi kerja, dukungan sosial, dengan kepuasan hidup.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada hubungan Dukungan Sosial dengan Kepuasan Hidup pada *influencer* di media sosial Instagram?
2. Bagaimanakah gambaran Kepuasan Hidup pada *influencer*?
3. Bagaimanakah gambaran Dukungan Sosial pada *influencer*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dukungan sosial dengan kepuasan hidup pada *influencer instagram*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan Psikologi Kepribadian atau Psikologi Sosial.

2. Manfaat Praktis

- Bagi influencer, hasil penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan untuk melakukan refleksi diri terhadap perjalanan kehidupannya atas apa yang telah ia capai.
- Bagi keluarga atau orang terdekat subjek, hasil penilaian diharapkan dapat menjadi informasi bahwa subjek memerlukan Dukungan sosial berupa perhatian ataupun rasa aman dan nyaman.