

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial pada saat ini sudah sangat marak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, karena dapat menjadi sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurut Jackson & Luchner (2018) media sosial dapat mengubah cara kita dalam berkomunikasi, berhubungan dengan orang lain, dan juga dalam mengekspresikan diri. Melalui media sosial yang memiliki fitur beragam dapat memfasilitasi individu dengan memberikan ruang dan wadah untuk dapat mengekspresikan diri, ataupun membagikan momen melalui foto maupun video kepada banyak orang.

Pada saat ini ada banyak sekali media sosial yang sudah tersedia dan juga memiliki fungsi yang beragam, seperti; Facebook, Snapchat, LinkedIn, Twitter, TikTok, Instagram, dan lain sebagainya. Pada aplikasi LinkedIn menawarkan berbagai fasilitas yang berhubungan dengan dunia karir profesional penggunaannya, serta berorientasi pada layanan bisnis terutama untuk jaringan profesional dan pengusaha (Darmayanti et al., 2020). Kemudian aplikasi TikTok dan Instagram memiliki perbedaan tersendiri, seperti aplikasi TikTok merupakan platform yang digunakan untuk menyajikan konten hiburan, seperti konten video lucu, tutorial singkat, cerita naratif, dan juga konten pendidikan (Maria, 2022). Sedangkan aplikasi Instagram cenderung sebagai *platform* yang menyajikan konten yang bersifat lebih personal dengan menampilkan foto dan video untuk dapat mempresentasikan diri (Rosmalia, 2022).

Tercatat pada tahun 2023 Instagram menjadi platform media sosial peringkat ke 2 yang paling digemari di dunia dengan presentase sebanyak 14,7% pengguna media sosial di dunia, dan Indonesia menempati peringkat ke 4 sebagai negara yang menggunakan Instagram, dapat dilihat ada sebanyak 89,15 juta pengguna pada awal tahun 2023 (We are social, 2023). Dari jumlah tersebut terdiri dari 51,6% penggunaannya adalah perempuan, dan 48,4% lainnya adalah laki-laki (Kamp, 2023). Serta penggunaannya didominasi oleh remaja dan dewasa muda, dimana 30,8% berusia 18-24 tahun, kemudian 30,3% berusia 25-34 tahun, dan sisanya berusia di atas 35 tahun (Yonatan, 2023). Instagram memberikan keamanan pada pengguna dibawah umur dengan memberikan batas usia minimum adalah 13 tahun (Pertiwi, 2019). Pengguna Instagram sangat bervariasi mulai dari perempuan dan laki-laki baik dari usia remaja hingga dewasa, selain menjadi sarana hiburan Instagram juga menjadi sarana penghibur diri dikala penat (Ningsih & Rizal, 2020; Safitri, 2022).

Pada penelitian ini peneliti memilih media sosial Instagram, dikarenakan fitur-fitur yang berada di Instagram lebih lengkap dan dapat membantu dalam menyalurkan kesan yang akan ditampilkan penggunaannya (Setiawan, 2019). Media sosial Instagram ini merupakan sebuah platform yang berbasis visual, dengan jenis konten yang diunggah seperti *single image*, *carousel*, *reels*, *video*, *IGTV*, dan *Instagram Story* (Rosmalia, 2022). Konten yang diunggah sering kali tidak bersifat

penting, kadang si pengguna hanya mengunggah foto untuk menunjukkan siapa dia, apa yang dikerjakannya, agar pengguna-pengguna instagram lainnya mengetahui, mengenal dia, dan mengikutinya di instagram (Hidayat, 2020).

Daya Tarik Instagram semakin meningkat seiring dengan adanya fitur-fitur yang tersedia, seperti fitur *activity* untuk mengetahui berapa lama penggunaan aplikasi Instagram setiap harinya, fitur Instagram music, aneka fitur sticker terbaru, fitur *leave a note*, ataupun fitur filter-filter yang beragam (Diptya, 2023). Salah satu fitur lainnya, yaitu dapat membuat penggunanya bisa memberikan komentar atau memberikan *like* pada Instagram *story* seseorang tidak hanya pada postingan di *feed* profilnya saja (Vintoko, 2022).

Fitur yang ada di platform Instagram memungkinkan pengguna untuk mendapatkan *feed back* tentang postingan dan profile mereka secara langsung, nyata, dan terukur (Sherman et al., 2016; Zenita, 2019). Seperti dapat dilihat berapa jumlah pengikutnya, jumlah *likes*, dan komentar pada setiap konten yang diunggah. Sehingga sebelum memposting video ataupun foto di akun Instagram, individu akan memperhatikan apakah postingan tersebut akan mendapatkan *feedback* berupa *like* dan *comment* yang bersifat positif atau tidak (Junaidi, 2021).

Kemudahan akses serta diiringi dengan perkembangan Instagram dan kelebihan yang dimiliki, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial Instagram ini juga memberikan dampak buruk bagi penggunanya dalam hal kesehatan mental. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lembaga asal Inggris, yaitu *Royal Society for Public Health* (RSPH) dan *Young Health Movement* (YHM) mengenai efek media social terhadap kesehatan mental anak muda, dengan responden hampir sebanyak 1.500 orang yang berusia 14-24 tahun di seluruh wilayah Inggris. Hasilnya menunjukkan bahwa Instagram menjadi aplikasi media sosial yang memberikan dampak paling buruk untuk kesehatan dan kesejahteraan mental, yang terkait dengan citra tubuh, identitas diri, ekspresi diri, menjalin hubungan di dunia nyata, dan lain sebagainya (RSPH, 2017). Bahkan pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dengan aktivitas foto di media sosial menunjukkan hubungan dengan masalah terkait tubuh dan gangguan makan (Cohen et al., 2018).

Tidak jarang ditemui pada pengguna instagram memilih untuk menggunakan filter, mengedit sedemikian rupa dari foto atau video yang ingin diunggahnya untuk dapat memanipulasi visual nyatanya. Media sosial seperti Instagram ini dapat membuat penggunanya menyajikan aspek paling positif dalam hidupnya, dengan motivasi untuk mendapatkan persetujuan virtual dari teman, dengan mendapatkan respon positif melalui "*like*" dan kolom komentar yang tersedia (Rosenberg & Egbert; Zenita, 2019). Dr. Helen Egger seorang psikiater dan salah satu pendiri perusahaan Kesehatan mental *Little Otter Health*, mengatakan bahwa hasil editan atau rekayasa *beauty filter* membuat para pengguna media social mendapatkan respon positif dalam bentuk *like* dan komentar, sehingga dapat memberi suntikan dopamine yang membuat individu melakukannya lagi (Putri, 2021).

Pada tahun 2021 untuk mengatasi hal tersebut Instagram resmi mengeluarkan fitur untuk bisa menyembunyikan jumlah “Likes”, salah satu pertimbangan dalam menciptakan fitur ini adalah agar para pengguna tidak terobsesi dengan jumlah “likes” yang dapat memengaruhi kesehatan mental, karena Instagram ingin penggunanya bisa lebih focus pada apa yang ingin di posting, tidak sekedar berlomba jumlah “likes” (Riyanto, 2021).

Pada penggunaan *beuty filter* atau mengedit foto dan video yang diunggah dengan tujuan untuk menambahkan kesan, dapat berdampak buruk pada penggunanya, seperti dapat kehilangan kepercayaan diri, ketakutan terhadap pandangan orang lain, pengguna filter akan merasa haus pujian, bahkan dapat merasa takut bertemu dengan orang lain secara langsung, dan dapat kecanduan dalam jangka panjang (Aziz, 2022). Pada penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa menggunakan filter dan kekhawatiran tentang selfie yang diposting berkorelasi dengan resiko ketidakpuasan penampilan serta tubuh pada pria dan wanita (Lonergan et al., 2019). Individu yang merasa ketidakpuasan terhadap penampilan serta tubuhnya cenderung memiliki *body image* yang negatif (Kifliani, 2022).

*Body image* atau citra tubuh adalah penilaian individu terhadap tubuhnya yang berupa penilaian yang positif maupun negatif serta sebuah penilaian tingkat kepuasan individu terhadap penampilan yang mereka miliki (Cash et al., 2002; Hanandha & Kurniawan, 2023). Sedangkan menurut Hurlock *body image* adalah cara seseorang mempersepsikan tubuhnya dengan konsep ideal yang dimilikinya pada pola kehidupan setempat dan dalam hubungannya dengan cara orang lain menilai tubuhnya (Sari et al., 2021). Sehingga dapat dikatakan *body Image* ini merupakan cara individu menilai fisiknya sesuai dengan standar ideal yang dimilikinya, yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budaya.

Menurut Cash (2000) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *body image* individu dapat diukur melalui ; Evaluasi Penampilan, Orientasi Penampilan, Kepuasan Terhadap Bagian Tubuh, Kecemasan Menjadi Gemuk, Ukuran Tubuh (Grogan, 2017). *Body image* juga merupakan serangkaian penilaian secara fisik yang disertai dengan ketakutan menjadi gemuk, menjadi terlalu kurus, dan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh lainnya (Banfield & McCabe, 2002; Rozika & Ramdhani, 2018).

Ketika fisik yang dimiliki individu tidak sesuai dengan konsep idealnya maka dapat menimbulkan rasa tidak puas pada individu. Dampak negatif apabila seseorang tidak memiliki *body image* yang baik, maka akan menimbulkan kekhawatiran yang lebih besar tentang berat badan, ketidakpuasan citra tubuh, suasana hati negatif, penurunan persepsi daya tarik diri dan lain sebagainya yang bahkan bisa membahayakan diri (Cash & Pruzinsky, 2002; Novianti & Merida, 2021).

Menurut Cash & Pruzinsky (2002) *body image* merupakan sikap yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya, berupa penilain positif dan negatif. *Body image*

positif adalah persepsi yang benar dan jelas tentang bentuk tubuh yang dimiliki, merasa bangga, menerima keunikan dan merasa nyaman serta percaya diri dengan bentuk tubuh yang dimiliki (Annastasia; Normate et al., 2017). Sedangkan *body image* negatif merupakan keyakinan individu bahwa penampilannya tidak memenuhi standar pribadinya, sehingga individu menilai tubuhnya dengan rendah (Cash & Grant; Ramanda et al., 2019).

Sebelum adanya media sosial orang dapat memiliki penilaian *body image* yang negatif karena didukung oleh faktor teman sebaya, keluarga maupun media televisi dan majalah. Dengan penggunaan media social pada saat ini dapat memberikan kesempatan lebih tinggi untuk memiliki penilaian negatif akan tubuhnya. Penelitian yang dilakukan oleh Brown & Tiggemann (2016) menunjukkan bahwa paparan terhadap tubuh ideal dan menarik para selebriti dan teman sebaya dapat merusak citra tubuh seseorang. Jasmin Fardouly seorang peneliti postdoctoral di Macquarie University di Sydney, Australia juga berpendapat bahwa individu yang membandingkan penampilan mereka dengan orang lain di Instagram, cenderung lebih sering menilai diri mereka lebih buruk (Oakes, 2019).

Dengan fokus pada penampilan ini, *body image* menjadi aspek penting untuk diperhatikan yang kemudian dapat berperan dalam pemilihan *self presentation* mereka di media social Instagram (Hanandha & Kurniawan, 2023). Penggunaan Instagram ini dapat berdampak pada citra tubuh serta objektifitas diri individu, diantaranya dengan cara; Pertama, ada 80 juta gambar setiap harinya yang diunggah di Instagram yang memberikan kesempatan pada penggunanya membandingkan diri dan penampilan mereka dengan pengguna lain. Kedua, pengguna Instagram sering mengedit dan meningkatkan citra mereka melalui filter yang ada di Instagram sebelum mengunggahnya (Fardouly, Willburger, & Vertanian, 2017; Junaidi, 2021).

Hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa citra tubuh negatif dapat berfungsi sebagai motivasi dan mendahului keterlibatan dalam berbagai perilaku "selfie", seperti keasyikan dan pengeditan foto diri (Veldhuis et al., 2018; Tiggemann & Zinoviev, 2019). Instagram menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan *body image*, karena Instagram merupakan media massa pada saat ini yang memegang peran dalam membentuk fenomena citra tubuh yang ideal. Instagram memberikan kemudahan bagi seseorang untuk menampilkan citra diri atau gambaran fisik yang ingin ditampilkannya secara online, individu dapat memilih, menyeleksi, dan menyunting terlebih dahulu gambaran fisik seperti apa yang akan ditampilkannya di internet, sehingga Individu dapat menampilkan presentasi diri apapun yang ia inginkan di internet (Rozika & Ramdhani, 2018).

Presentasi diri atau *self presentation* adalah aspek utama yang ditonjolkan Instagram dari pada media social lainnya (Marcus, 2015; Jackson & Luchner, 2018). Menurut Jones & Pittman (1982) Presentasi diri atau *self-presentation* adalah upaya individu untuk menimbulkan kesan kepada orang lain, dan hal tersebut dipengaruhi

oleh berbagai macam motif tertentu, salah satunya keinginan untuk disukai oleh orang lain. Presentasi diri ini juga merupakan proses individu mengkomunikasikan citra dirinya kepada orang lain untuk membangun reputasi dalam konteks social (Baumeister & Tice, 1986; Baumeister, 1987). Serta menurut Michikyan et al., (2014) *self presentation* yakni individu dapat menampilkan berbagai aspek dari diri dalam berinteraksi di jejaring sosial.

Michikyan et al., (2014) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa individu dalam mempresentasikan diri menampilkan berupa; *real self* yaitu menampilkan diri yang sebenarnya, *ideal self* yaitu menampilkan diri yang diharapkan, *false self* yaitu menampilkan diri yang berbeda di media sosial dan di dunia nyata. Hal tersebut dikarenakan Instagram dapat memberikan kebebasan kepada individu untuk membentuk *body image* yang diinginkan. Kebebasan dalam menampilkan *self presentation* di Instagram sesuai dengan yang diinginkan ini dianggap dapat menutupi kekurangan diri mereka yang tidak memungkinkan untuk ditutupi ketika bersosialisasi secara langsung (Hanandha & Kurniawan, 2023). Strategi dalam *self presentation* dapat membuat individu menghadirkan *image* yang dibuat-buat atau bukan yang sesungguhnya, menggambarkan diri secara berlebihan, atau bahkan membuat *image* yang menyesatkan tentang dirinya di mata orang lain sehingga membangun *self presentation* yang negatif (Delameter & Myers, 2007; Handayani, 2017).

Beberapa kasus yang dapat ditemukan mengenai *self-presentation*, salah satunya ada pramugari berinisial SW yang berusia 27 tahun di Indonesia yang menjadi bahan pembicaraan para netizen, dikarenakan postingan instagramnya berbeda dengan wajah aslinya saat menggelar jumpa pers, hal tersebut membuat SW banyak mendapatkan komentar negatif (Rismoyo, 2020). Kasus lainnya ada pengguna Instagram wanita yang terkenal di Indonesia berinisial DA yang berusia 23 tahun melakukan operasi rhinoplasty untuk memperbaiki penampilan hidungnya, Ia mengatakan di akun Instagramnya bahwa Ia tidak merasa percaya diri dengan kondisi hidungnya yang miring dan kecil (Diananto, 2020). Dan salah satu pria berusia 25 tahun yang pengikutnya cukup banyak di Instagram, Ia membagikan pengalaman diet dan olahraga untuk menurunkan berat badan, dengan tujuan untuk kesehatan tubuhnya dan juga mentalnya, karena Ia merasa tidak menarik ketika bercermin dan mendapatkan komentar negatif di Instagramnya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *self presentation* yang berlebihan dapat berdampak negatif bagi individu, selain itu juga dapat mengakibatkan kurangnya privasi, percaya diri rendah, mengurangi kemampuan bersosialisasi di dunia nyata, kurang tidur, atau bahkan cybercrime (Junaidi, 2021). Namun *self presentation* di media social tidak hanya berdampak negatif, tetapi juga mempunyai dampak positifnya, antara lain dapat menjalin hubungan dengan keluarga maupun teman yang sudah lama tidak bertemu, menambah teman, meningkatkan kesempatan untuk belajar, dan memudahkan untuk berbagi informasi terbaru (O'Keeffe & Pearson, 2011; Junaidi, 2021).

Berdasarkan kasus yang ada diatas, dapat menunjukkan fenomena yang ada di masyarakat, bahwa *self presentation* pada penggunaan meda sosial Instagram sangat memperhatikan penampilan dan bentuk tubuhnya. Dengan *self presentation* yang negatif dapat mengakibatkan meningkatnya kekhawatiran mengenai *body image* seseorang, dimana self-presentation yang meningkatkan penekanan pada penampilan seseorang (Bij de Vaate et al., 2020; Safitri et al., 2023).

Hal tersebut juga dirasakan oleh pengguna aktif Instagram yang peneliti wawancara untuk mendukung hasil pra riset ini, yang terdiri dari 3 wanita dan 2 pria dengan rentang usia 19-25 tahun. Dari pernyataan ke lima responden tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan filter di Instagram dapat membantu mereka untuk menunjukkan sisi terbaiknya, karena dapat meningkatkan kualitas foto, membuat muka lebih mulus dan dapat meningkatkan kondisi fisik aslinya, dari hal tersebut dapat membuat mereka merasa senang dan meningkatkan kepercayaan dirinya.

Kesimpulan dari pernyataan responden tersebut dapat menunjukkan bahwa, fenomena yang ada di masyarakat pada saat ini adalah adanya kecenderungan individu untuk menunjukkan versi terbaik dari penampilannya di media sosial. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Mehdizadeh (2010) yang menyatakan bahwa *body image* berpengaruh terhadap *self presentation*, dengan hasil yang menyatakan bahwa keleluasaan pembentukan presentasi diri di media sosial menjadi salah satu factor presentasi diri seseorang di dunia maya yang berkaitan dengan *body image* atau citra tubuh idealnya.

Berdasarkan kasus dan fenomena yang dapat ditemui oleh peneliti diatas, dapat dilihat bahwa individu yang memperhatikan *body image* dan *self presentation* cenderung terjadi pada masa dewasa awal. Menurut Hurlock (1991) masa dewasa awal dimulai pada usia 18-40 tahun, pada masa ini terjadi perubahan fisik dan psikologis pada individu. Masa ini juga menjadi masa penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan-harapan sosial baru. Pada masa ini individu mengalami perubahan minat, yang salah satunya adalah perubahan minat pribadi. Minat pribadi ini berhubungan dengan penampilan, individu menyadari kekurangan yang dimilikinya dan menyadari bahwa Ia tidak dapat menghapus kekurangannya, namun tetap berusaha untuk memperbaiki penampilannya (Hurlock, 1991). Kesadaran tersebut dapat menimbulkan minat individu mengenai kecantikan, diet, dan olah raga.

Individu yang menyadari bahwa penampilan yang menarik dapat berperan penting dalam dunia usaha, pergaulan sosial, professional, karir, dan kehidupan keluarga, cenderung berusaha untuk memperbaikinya dengan diet, perawatan, dan olahraga (Hurlock, 1991). Dikatakan dalam menjalin interaksi sosial, individu yang menarik cenderung lebih mudah diterima dalam pergaulan dan dinilai lebih positif oleh orang lain dibandingkan individu yang kurang menarik, hal tersebut dikarenakan penampilan yang menarik dapat menghasilkan hal-hal yang positif seperti lebih bahagia dan lebih mudah menyesuaikan diri dari pada individu yang

kurang menarik (Mathes & Kahn; Hurlock, 1991). Namun pada saat ini untuk menjalin hubungan sosial dengan orang lain dapat melalui media sosial, maka individu dapat memperbaiki penampilannya saat mengunggah foto dan vidionya di media sosial. Hal tersebut dilakukan untuk dapat memenuhi tugas pada masa dewasa awal, dimana individu perlu mendapatkan pekerjaan, mendapatkan teman, mendapatkan pasangan hidup, serta menjalin hubungan dengan sosial (Hurlock, 1991). Serta Cash & Smolak (2011) juga berpendapat bahwa penampilan fisik dapat memberikan banyak isyarat eksternal yang penting mengenai usia dan juga daya tarik.

Banyak ditemukan pada saat ini penggunaan filter atau mengedit sedemikian rupa untuk mencapai hasil foto yang sesuai dengan keinginannya, seperti menutupi jerawat atau meningkatkan warna foto agar dapat terlihat lebih cerah, bahkan dapat menghasilkan foto yang sangat berbeda dengan di *real life* nya. Sehingga *body Image* yang di presentasikan lewat media sosial walaupun idealnya tidak sama dengan *real self* dari diri individu dapat membuat individu berani mengekspresikan dirinya (Safitri et al., 2023).

Kemudian ada pula perbandingan diri yang sering dilakukan oleh pengguna Instagram dengan pengguna lainnya, yang mengakibatkan mereka menjadi merasa kurang percaya diri dengan keadaan mereka terutama hal fisik, yang menyebabkan mereka melakukan hal yang ekstrem untuk mengubah bentuk tubuh menjadi seperti yang mereka inginkan yang disebut ideal (Roainina, 2021). Seperti yang dikutip dalam Forbes, menurut Dr. Melissa Doft seorang ahli bedah plastik bersertifikat ganda di Manhattan, mengatakan bahwa pada saat ini para pasiennya banyak yang mengeluh tentang penampilan mereka dilayar, dan mendapatkan tantangan ketika pasiennya ingin mengubah ukuran wajah yang tidak realistis, seperti hasil foto yang disukai setelah diedit atau menggunakan *beauty filter* (Haines, 2021).

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *body image* negatif pada individu, dapat mereka memiliki kesempatan yang besar untuk melakukan *self presentation* yang negatif juga, dengan tidak sesuai dengan diri mereka sebenarnya ketika bersosialisasi di media sosial (Hanandha & Kurniawan, 2023). Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram dengan beragam fitur yang dimilikinya, menjadikan visual sebagai sarana komunikasi untuk di tonjolkan. Serta dengan kebebasan untuk melakukan *self presentation* di Instagram ini maka dapat menjadikan *body image* salah satu factor yang harus diperhatikan.

Oleh karenanya peneliti tertarik untuk meneliti kedua variabel ini, dengan alasan ingin melihat bagaimana hubungan antara *body image* dan *self presentation* pada pengguna Instagram aktif, dan juga dengan urgensi menghindari dampak negatif dari pada variabel-variabel tersebut.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka menghasilkan rumusan masalah apakah ada hubungan antara *Body Image* dengan *Self-presentation* pada pengguna Instagram?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara *body image* dengan *self-presentation* pada pengguna Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini peneliti dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh dan diharapkan dapat memberikan informasi serta memperkaya wawasan mengenai bagaimana hubungan *body image* dengan *self-presentation* pada pengguna Instagram.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pembelajaran mengenai pentingnya kesadaran menggunakan Instagram dengan lebih bijak dalam melakukan *self-presentation* di media sosial, dapat membangun *body image* positif, sehingga lebih dapat percaya diri menunjukkan diri yang sebenarnya di media sosial.