

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak ketiga di dunia, setelah Tiongkok dan India (Junawan & Laugu, 2020). Tren ini tercermin dari meningkatnya penggunaan media sosial di negara ini. Menurut data yang dikumpulkan pada tahun 2018 oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), lebih dari separuh pengguna internet di Indonesia berusia antara 19 hingga 34 tahun (Saputra, 2019). Selain itu, 89,7 persen pengguna internet di Indonesia adalah pelajar, dan 97,0 persen pengguna internet telah melihat materi media sosial, menurut APJII (APJII, 2018).

Platform media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *youtube*, *line*, *facebook*, *twitter*, *linkedin*, *telegram*, dan *skype* merupakan platform yang sering digunakan oleh beberapa pengguna media sosial (Saputra, 2019). Platform media sosial tersebut banyak dimanfaatkan individu untuk mempelajari kehidupan teman atau orang lain yang diikuti melalui postingan yang diunggah, namun juga dapat menjadi tempat yang bagi individu untuk terlibat dalam perbandingan sosial (Liu & Ma, 2018).

Postingan merupakan aktivitas yang dilakukan individu untuk mengunggah foto, video, maupun tulisan/kata-kata ke media sosial (Santoso dkk., 2017). Pemilik akun biasanya membagikan berbagai hal tentang kesehariannya, berbagi kebahagiaan ketika berhasil menyelesaikan tugas-tugas yang menantang, pergi liburan, memperoleh harta benda baru, dan lain-lain. Dari kegiatan di media sosial

tersebut, individu yang melihat postingan itu kemungkinan secara spontan akan membandingkan dirinya dengan orang yang ada dalam postingan tersebut. Apabila individu menganggap dirinya kurang dalam perbandingan tersebut, maka dapat mengakibatkan individu mengevaluasi diri secara negatif dan memunculkan emosi negatif pada diri individu itu sendiri (Wu dan Srite, 2021).

Beberapa contoh media sosial meliputi komunitas daring, blog, wiki, forum, dan dunia virtual tempat pengguna dapat dengan mudah berbagi dan menghasilkan konten. Namun, dalam situasi lain, media sosial dapat menimbulkan perpecahan antara teman dan keluarga, mengurangi frekuensi pertemuan langsung, menyebabkan kecanduan internet, masalah privasi, dan meningkatnya kerentanan terhadap tekanan negatif dari teman sebaya (Cahyono, 2021).

Rasa iri merupakan salah satu konsekuensi paling umum yang dialami pengguna media sosial ketika individu tersebut mengonsumsi informasi pribadi individu lain di media sosial (Chou & Edge, 2012). Perasaan iri sering dipicu oleh apa yang diposting orang lain di media sosial (Krasnova dkk., 2013). Perselisihan muncul ketika ekspektasi seseorang terhadap pendapat orang lain menyebabkan mereka merasa iri (Lange & Crusius, 2015). Russel (Singh & Ang, 2020) menyatakan bahwa rasa iri dianggap sebagai salah satu nafsu individu yang paling universal dan mendalam serta dapat memicu timbulnya ketidakhahagiaan yang paling kuat.

Emosi tidak menyenangkan yang dikenal sebagai iri hati berkembang ketika seseorang mengamati pencapaian, kualitas, kuantitas, atau harta milik orang lain yang mereka lihat lebih unggul dari milik mereka sendiri, atau ketika mereka

berharap memiliki harta milik tersebut (Crusius et al., 2020). Iri hati, menurut Navarro-Carrillo et al. (2017), menyebabkan orang bertindak dengan cara membandingkan dan mengalami emosi yang luar biasa berupa ketidakberhargaan, penderitaan, dan perbandingan. Ketika seseorang berharap memiliki kelebihan yang sama dengan teman-teman atau orang lain, rasa iri pun muncul (Kesi et al., 2019). Menurut Armalita dan Helmi (2018), hubungan sosial dapat dipengaruhi secara signifikan oleh rasa iri hati, yang pada gilirannya memengaruhi komunikasi interpersonal. Selain itu, seperti yang ditunjukkan oleh R. H. Smith dan Kim (2007), kecemburuan dapat menyebabkan hubungan yang tegang dengan orang lain.

Rasa iri menyebabkan individu termotivasi untuk menyakiti atau menjatuhkan orang lain (Singh & Ang, 2020). Orang yang mengalami kecemburuan sering bertindak agresif, menyebarkan rumor, merusak hubungan sosial dan kesehatan mental, serta terlibat dalam perilaku negatif lainnya (Ang dkk., 2020). Selain itu, rasa iri pada individu akan mendorong dirinya untuk memusuhi orang lain, mencoba membahayakan pencapaian orang lain, menikmati penderitaan orang lain, merasakan ketidakberdayaan, dan terus menerus memikirkan orang yang membuatnya cemburu (Rentzsch & Gross, 2015).

Rasa iri di media sosial telah menjadi subjek banyak penelitian terkini. Salah satu penelitian tersebut adalah investigasi Tandoc, Ferrucci, dan Duffy (2015) tentang perasaan sedih dan penggunaan media sosial secara pasif oleh mahasiswa, yang mereka temukan dimoderasi oleh rasa iri. Lebih jauh, sebagai alat perbandingan sosial, Bernarte, Del Rosario, Pacho, dan Raboy (2015) serta Lin dan Utz (2015) menyalurkan rasa iri ke dalam jaringan sosial. Festinger (1954) telah

menunjukkan bahwa perbandingan sosial adalah metode yang digunakan seseorang untuk mengevaluasi kompetensi atau karakternya sendiri dalam kaitannya dengan orang lain.

Sebuah artikel dalam *Liputan6* edisi 22 Mei 2012 melaporkan jajak pendapat terhadap 2.000 orang yang dilakukan oleh sebuah stasiun televisi swasta AS. Hasilnya menunjukkan bahwa 50% peserta menganggap bahwa media sosial adalah tempat terbaik untuk menyampaikan keluhan mereka, terutama saat mereka tidak bahagia. Setengah dari semua pengguna media sosial melakukannya untuk melihat apakah orang lain akan merasa kasihan pada mereka, sementara sepertiga melakukannya untuk melampiaskan kekesalan yang menumpuk karena rasa cemburu atau iri hati.

Sejalan dengan survei tersebut Anna (2017) dalam pemebritaan *Kompas.com* edisi 14 Juli 2017 memberitakan tentang survei *Royal Society for Public Health* pada tahun 2017 dengan jumlah subjek penelitian sebanyak 1.500 remaja yang memiliki rentang usia 14 hingga 25 tahun di Inggris menunjukkan hasil bahwa media sosial mempunyai pengaruh buruk untuk kesehatan mental khususnya pada kalangan remaja. Ketika pengguna *Media Sosial* atau remaja itu sendiri memiliki harga diri yang rendah, mereka tidak akan mampu menyaring segala informasi dan mengkonsumsi berbagai hal yang ada di Media Sosial sehingga cenderung membandingkan diri dengan *role model* atau orang yang dijadikan idola baginya, yang kemudian hal itu berdampak pada munculnya anggapan pada diri sendiri bahwa kehidupan orang lain lebih sempurna dibandingkan kehidupannya.

Untuk lebih memahami permasalahan penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan subjek pertama perempuan berinisial (KA) yang berusia 19 tahun pada 17 September 2021. KA merupakan salah satu pengguna media sosial yang cukup aktif. Beberapa platform media sosial yang dimiliki KA yaitu instagram, telegram, *whatsapp*, dan *twitter*. KA mengaku lebih suka melihat postingan teman atau orang yang diikutinya daripada memposting di media sosialnya. Hal tersebut dilakukan KA karena ia sering merasa bahwa kehidupan orang lain lebih baik dibandingkan dengannya. KA membandingkan kehidupannya dengan orang lain karena merasa orang itu lebih beruntung dari segi materi yang diberikan oleh orang tuanya berupa fasilitas yang sangat lengkap, sedangkan KA hanya seorang remaja yang terlahir dari orang tua yang tidak memberikan fasilitas yang cukup dari segi materi. KA juga sering merasa takut akan penilaian orang lain mengenai dirinya sehingga hal tersebut membuatnya ragu setiap kali ingin memposting sesuatu di media sosial dan merasa bahwa dirinya tidak berharga.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan subjek kedua perempuan yang berinisial (DS) berusia 20 tahun pada 18 September 2021. DS mengaku sering melihat postingan *Influencer* Kudus di Media Sosial yang setiap kali meng-*upload* foto selalu terlihat cantik dan makan di restoran yang mahal. Selain itu, ia memiliki puluhan ribu *followers* dan postingannya selalu mendapat ribuan *like* serta komentar yang positif, dari *story*-nya kehidupannya selalu terlihat bahagia dengan sesama *Influencer* lainnya. DS merasa iri dengan hal itu, ia merasa bahwa *Influencer* media sosial Kota Kudus itu sangat beruntung jika dibandingkan dengan kehidupannya saat ini. DS ingin seperti *Influencer* media sosial tersebut, namun DS

takut jika ia memposting foto atau membuat *story* di media sosial justru akan menjatuhkan harga dirinya karena dia menyadari dia tidak mempunyai wajah yang cantik, tidak punya banyak *followers* dan juga tidak pernah makan atau jalan jalan ke tempat yang hits. DS juga menganggap bahwa jika ada yang tidak *good looking* di media sosial maka tidak akan dianggap siapa-siapa dan baginya media sosial hanya diperuntukkan bagi kalangan orang-orang terkenal/*influencer* saja.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan subjek ketiga yang berinisial (RR) laki-laki yang berusia 23 tahun pada 20 September 2021. RR mengaku bahwa saat ini dia telah bekerja di salah satu Perusahaan Swasta di Kudus namun tidak memiliki jabatan yang tinggi serta gajinya hanya pas-pasan. Padahal semasa kuliah dia merupakan orang yang cukup pintar namun tidak aktif dalam berorganisasi. Dia mempunyai beberapa media sosial salah satu yang paling sering digunakan adalah *whatsapp*. RR sering melihat *story* wa teman-temannya dan ada salah satu teman yang selalu diperhatikannya. Temannya tersebut selalu membuat *story* tentang pekerjaannya yang gajinya tinggi dengan posisi jabatan yang ditempatkan dibagian lapangan. Menurut RR, temannya dengan *job desk* pekerjaan yang dianggapnya mudah, tidak tertekan, dan santai bisa sambil jalan-jalan, temannya selalu terlihat bahagia karena memiliki gaji yang tinggi beserta bonus yang selalu dipamerkan padanya. RR membandingkan dirinya yang bekerja di kantor dengan penuh tekanan tapi gajinya biasa saja bahkan tidak mendapat bonus dari atasannya. RR merasa iri dengan pekerjaan dan gaji temannya itu, dan secara tidak langsung ia juga merasa bahwa harga dirinya rendah karena semasa kuliah ia dengan temannya jauh lebih unggul dirinya. RR merasa malu dan tidak puas dengan pekerjaannya, bahkan ia

merasa bahwa kehidupannya sangat buruk dengan kondisinya saat ini yang banyak cicilan sedangkan ia menginginkan hidup yang serba berkecukupan seperti temannya.

Faktor yang mempengaruhi rasa iri adalah harga diri (Vrabel dkk., 2018). Richard dkk. (Branden, 2021) mendefinisikan harga diri sebagai suatu perasaan subjektif dan menawan dari persetujuan diri yang realistis yang mencerminkan bagaimana individu memandang dan menilai dirinya pada tingkat pengalaman psikologis yang paling mendasar dan dapat menjadi nilai pribadi yang bertahan berdasarkan persepsi diri yang akurat.

Konsep diri seseorang mencakup komponen evaluatif yang dikenal sebagai harga diri. Penilaian positif dan negatif membentuk bagian evaluasi. Orang yang memiliki rasa harga diri yang sehat sering kali optimis dan mudah beradaptasi, sehingga mereka menjadi adaptif sosial yang hebat. Dayakisni dan Hudaniah (2009) menemukan bahwa mereka yang memiliki citra diri yang buruk juga cenderung memiliki emosi negatif terhadap diri mereka sendiri.

Orang mengalami kecemburuan ketika harga diri mereka yang buruk disertai dengan rasa kesepian dan kebutuhan untuk menarik diri dari interaksi sosial (Khatami et al., 2021). Orang yang berjuang dengan harga diri yang rendah sering kali menunjukkan sifat-sifat berikut: kurang percaya diri, ketidakmampuan untuk mengekspresikan diri dengan jelas, kecenderungan untuk tidak konsisten dan bereaksi pasif terhadap lingkungan sekitar, mudah mengakui ketika mereka salah, takut gagal membentuk hubungan yang bermakna, sering putus asa dan depresi,

perasaan terisolasi dan diabaikan, dan kecenderungan untuk menggunakan perilaku defensif (Coopersmith, 1967).

Menurut Prawesti dan Dewi (2016), orang dengan harga diri yang baik cenderung lebih memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan harga dirinya, sedangkan orang dengan harga diri yang buruk cenderung lebih banyak menghabiskan waktu untuk mengkhawatirkan postingan orang lain dan menghapus postingan yang mendapat tanggapan negatif.

Berdasarkan hasil penelitian (Vrebel, Zeigler, dan Southard, 2018) dengan judul "*Self-Esteem and Envy: Is State Self-Esteem Instability Associated with The Benign and Malicious Forms of Envy?*" menunjukkan adanya hubungan negatif. Penelitian lain Latifah dan Helmi (2018) dengan judul "The Relationship Between Gratitude and Self-Esteem with Envy in Instagram Users" hasil analisis menunjukkan bahwa orang dengan harga diri yang rendah cenderung lebih iri, dan sebaliknya. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara harga diri dan rasa iri.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian dengan judul "Hubungan Harga Diri Dengan Rasa Iri Pada Pengguna Media Sosial".

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris hubungan harga diri dengan rasa iri pada pengguna media sosial.

### **C. Manfaat Penelitian**

Banyak orang dan organisasi yang akan memperoleh manfaat baik secara teoritis maupun praktis dari penelitian ini. Berikut ini adalah manfaatnya:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di bidang ilmu psikologi, terutama psikologi sosial berkaitan hubungan harga diri dengan rasa iri pada pengguna media sosial.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi subjek**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi korelasi antara harga diri dan rasa iri, tentang bagaimana seharusnya menilai, memaknai, dan menyaring informasi yang berasal dari media sosial agar terhindar dari rasa iri.

##### **b. Bagi peneliti selanjutnya**

Kami berharap akademisi lain yang bekerja di bidang yang sama akan menganggap penelitian kami berguna sebagai referensi untuk meningkatkan penelitian mereka sendiri.