

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi, membentuk hubungan sosial, serta mengekspresikan diri. Di antara berbagai bentuk media digital, media sosial muncul sebagai fenomena global yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi arena baru dalam membangun eksistensi diri. Salah satu media sosial yang menonjol dalam dua dekade terakhir adalah Instagram. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram telah berkembang menjadi platform utama untuk berbagi momen hidup melalui gambar, video, dan narasi singkat. Platform ini sangat digemari oleh kalangan muda, terutama perempuan dewasa awal yang sedang berada dalam fase perkembangan identitas diri. Pada fase ini, menurut Erikson (1968), individu berada dalam tahap pencarian jati diri, dan sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial, termasuk interaksi yang terjadi di dunia maya.

Media sosial, khususnya Instagram, memberikan ruang yang sangat luas untuk membentuk, mengedit, dan menampilkan citra diri sesuai dengan kehendak penggunanya. Melalui fitur-fitur seperti filter visual, tag lokasi, caption kreatif, serta kemampuan untuk mengontrol siapa saja yang bisa melihat konten, individu memiliki kuasa penuh atas bagaimana mereka ingin dilihat oleh dunia. Goffman (1959) menyebut ini sebagai bagian dari dramaturgi sosial, di mana pengguna memainkan peran tertentu di hadapan “*audiens*” mereka. Citra diri menjadi elemen penting dalam aktivitas daring ini, karena merupakan representasi dari bagaimana seseorang melihat dan ingin dilihat. Citra diri merujuk pada cara individu memandang dirinya sendiri, dan muncul ketika individu melihat gambaran atau refleksi tentang dirinya sendiri (Jersield, 1961). Citra diri mencakup bagaimana seseorang memahami dirinya serta apa yang orang lain ketahui tentangnya, baik secara fisik maupun dalam hal identitas pribadi. Citra diri terbentuk ketika individu memperoleh serta memproses masukan ataupun informasi dari lingkungan sekitar mereka (Lama & Cutler dalam Nababan, 2011). Citra diri, menurut Kamus Psikologi (Chaplin, 2006), memberikan wawasan mengenai kondisi mental

internal individu, termasuk bagaimana seseorang menilai dan mempersepsikan diri mereka sendiri dari berbagai aspek seperti penampilan, perilaku, dan hubungan sosial.

Instagram memperkuat fungsi sosial media sebagai cermin yang merefleksikan eksistensi personal. Dalam proses ini, citra diri menjadi tidak terpisahkan dari bagaimana seseorang dinilai oleh audiens digitalnya. Validasi berupa likes, komentar, dan jumlah pengikut menjadi berperan dalam menguatkan atau melemahkan persepsi diri pengguna. Data dari *We Are Social* (2025) menyebutkan bahwa pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai lebih dari 99 juta orang, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–34 tahun dan sekitar 52% di antaranya adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan dewasa awal merupakan kelompok yang sangat terlibat dalam dinamika komunikasi visual di Instagram. Citra diri yang ditampilkan secara visual berperan besar dalam bagaimana mereka menilai harga diri mereka sendiri.

Konsep harga diri berkaitan erat dengan citra diri. Harga diri adalah evaluasi umum seseorang terhadap dirinya, sejauh mana individu merasa dirinya berharga dan layak dihargai (Rosenberg, 1965). Ketika individu merasa bahwa citra dirinya diterima oleh orang lain, maka harga dirinya cenderung meningkat. Dalam konteks media sosial, proses evaluasi ini berlangsung secara real-time melalui interaksi sosial digital. Velasco (2013) menyatakan bahwa dukungan sosial yang didapat dari interaksi daring seperti komentar positif dan likes berperan sebagai penguat citra diri sekaligus pembentuk harga diri. Bagi perempuan dewasa awal, fase kehidupan yang ditandai dengan pencarian stabilitas identitas, penguatan harga diri menjadi sangat penting dalam menghadapi tekanan sosial baik di dunia nyata maupun digital. Menurut Ghufron dan Risnawita (dalam Fidayani, 2022) mengatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu 1) faktor jenis kelamin, 2) intelegensi, 3) kondisi fisik. Salah satu faktor berupa kondisi fisik ini merupakan cara individu menilai atau memberikan gambaran pada dirinya sendiri. Kondisi fisik ini dikaitkan dengan citra diri pada individu. Semakin tinggi harga diri individu akan tinggi pula citra diri pada individu tersebut. Peneliti mengangkat citra diri dan harga diri dikarenakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga diri ialah kondisi fisik Ghufron dan Risnawita (dalam Fidayani, 2022). Kondisi fisik ini berkaitan dengan citra diri pada individu tersebut.

Studi oleh Stapleton et al. (2017) mengungkap bahwa pengguna Instagram cenderung mengunggah konten yang memperlihatkan sisi terbaik dari diri mereka, dan keterlibatan dalam aktivitas ini berhubungan positif dengan peningkatan harga diri ketika menerima respons yang positif. Penelitian serupa oleh Huang (2020) menemukan

bahwa perempuan pengguna Instagram mengalami peningkatan harga diri setelah menerima komentar-komentar mendukung pada unggahan mereka. Namun, terdapat pula risiko psikologis berupa penurunan harga diri apabila *feedback* yang diterima tidak sesuai harapan. Fenomena ini menggambarkan bahwa citra diri dan harga diri saling berkaitan erat dalam konteks penggunaan media sosial visual seperti Instagram. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman lebih lanjut mengenai dinamika hubungan keduanya, terutama pada kelompok usia dewasa awal yang sedang aktif membentuk identitas sosial.

Temuan tersebut tidak hanya mencerminkan fungsi informatif Instagram, tetapi juga menunjukkan bagaimana media sosial ini menjadi ruang sosial yang sangat penting dalam pembentukan citra diri para penggunanya. Ketika Instagram dijadikan sebagai wadah untuk mengikuti tren dan representasi gaya hidup tertentu, maka tidak mengherankan bila pengguna terutama perempuan dewasa awal yang sedang berada dalam tahap eksplorasi identitas menjadikan Instagram sebagai medium utama untuk mengonstruksi citra diri mereka. Citra diri yang ditampilkan melalui unggahan-unggahan visual ini menjadi sarana pencitraan diri yang diharapkan memperoleh validasi sosial melalui likes dan komentar positif. Validasi ini kemudian berkontribusi pada pembentukan harga diri, sebagaimana dikuatkan oleh pernyataan para subjek wawancara yang mengaku merasa dihargai, lebih percaya diri, dan lebih termotivasi ketika mendapat respons positif dari publik. Instagram menjadi konteks penting yang melatarbelakangi pemilihan platform ini sebagai objek penelitian.

Untuk mendalami fenomena tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada tiga subjek perempuan dewasa awal berusia 20, 21, dan 25 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram. Hasil wawancara sebagai berikut:

Subjek 1 Perempuan berusia 20 tahun:

“Aku merasa itu jadi cara aku menunjukkan siapa diri aku. Biasanya aku unggah foto-foto yang menurut aku mencerminkan gaya dan kepribadian aku. Jujur aku senang banget, apalagi kalau teman-teman atau orang lain komen positif. Rasanya kayak dihargai dan bikin aku percaya diri. Jadi makin semangat buat posting yang lebih bagus lagi.

Subjek 2 Perempuan berusia 21 tahun:

“Aku pengen orang tahu sisi kreatif aku, biasanya aku upload video musik atau quotes. Itu cara aku membangun diriku yang positif dan produktif. Kalau banyak yang suka atau komen positif, aku merasa diterima. Rasanya kayak berhasil menyampaikan pesan atau sisi diri aku yang sebenarnya. Itu juga jadi motivasi buat bikin konten yang lebih baik.”

Subjek 3 Perempuan berusia 25 tahun:

“Karena aku suka berbagi momen hidup dan menunjukkan versi terbaik dari diri aku. Aku merasa itu penting buat menunjukkan siapa aku, sesuai dengan yang aku inginkan dilihat orang lain. Rasanya kayak ada validasi. Aku merasa lebih dihargai dan lebih percaya diri. Itu bikin aku lebih semangat buat mengekspresikan diri lagi lewat postingan yang baru.”

Temuan dari hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini secara signifikan memperkuat temuan sebelumnya yang disampaikan oleh Valkenburg et al. (2006). Dalam penelitiannya, Valkenburg menyatakan bahwa persepsi individu terhadap respons sosial yang diterima melalui jaringan digital memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan harga diri, terutama pada remaja dan dewasa awal. Media sosial, khususnya Instagram, kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial baru yang bersifat simbolik dan interaktif. Dalam ruang ini, pengguna tidak hanya mengamati tetapi juga terlibat dalam pertukaran makna melalui simbol visual, narasi personal, serta interaksi berupa *likes*, komentar, dan *followers*. Proses ini menciptakan apa yang dapat disebut sebagai ‘cermin sosial digital’, yaitu media tempat individu mencerminkan dirinya sendiri berdasarkan bagaimana orang lain bereaksi terhadap dirinya secara daring. Apabila tanggapan yang diterima berupa dukungan, pujian, atau validasi positif, individu cenderung menginternalisasi persepsi positif terhadap diri, sehingga harga diri pun meningkat. Namun, sebaliknya, jika terjadi kurangnya interaksi, respons yang acuh, atau bahkan komentar negatif, individu bisa mulai meragukan representasi dirinya, mempertanyakan nilai dirinya sendiri, dan mengalami ketidakstabilan harga diri. Situasi ini menunjukkan bahwa harga diri dalam konteks digital menjadi sangat dinamis, bahkan fluktuatif, tergantung pada seberapa besar validasi sosial yang diterima dan bagaimana hal itu dimaknai oleh individu tersebut dalam proses refleksi dirinya.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan yang dipaparkan oleh Döring et al. (2017), yang menyatakan bahwa perempuan secara umum memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membangun citra diri yang erat kaitannya dengan dimensi estetika, emosi, dan hubungan sosial. Hal ini terlihat jelas dalam wawancara dengan ketiga subjek perempuan dewasa awal dalam penelitian ini, di mana semuanya mengungkapkan bahwa visualisasi diri yang tampak estetis, autentik, dan dapat diterima oleh audiens menjadi prioritas utama dalam setiap unggahan mereka di Instagram. Citra diri yang mereka bangun bukanlah sesuatu yang bersifat kebetulan atau spontan, melainkan

dirancang dan dipikirkan secara strategis agar sesuai dengan ekspektasi sosial dan nilai-nilai personal yang ingin mereka tampilkan. Dalam konteks perempuan dewasa awal, citra diri berfungsi sebagai representasi diri yang mencerminkan peran sosial (misalnya sebagai mahasiswa, pekerja muda, atau influencer pemula), kemampuan pribadi (seperti gaya komunikasi, *fashion sense*, atau kreativitas), dan daya tarik personal (termasuk penampilan fisik maupun kepribadian yang ditampilkan). Melalui citra ini, mereka tidak hanya berusaha dikenali, tetapi juga diakui dan diterima secara sosial. Oleh karena itu, citra diri yang ditampilkan kemudian berperan sebagai alat ukur baik secara internal maupun eksternal untuk menilai sejauh mana mereka diterima dalam komunitas daring, yang pada akhirnya memperkuat atau justru menggoyahkan harga diri mereka.

Dari sisi teori komunikasi, simbol visual yang diunggah di Instagram merupakan representasi dari identitas simbolik yang ingin disampaikan oleh individu. McLuhan (1964) menyatakan bahwa "*the medium is the message*", yang berarti bahwa pesan yang ingin disampaikan seseorang juga dipengaruhi oleh media yang digunakan. Dalam hal ini, Instagram sebagai media visual memperkuat pesan-pesan visual yang ingin disampaikan tentang diri seseorang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penting untuk menelaah bagaimana media visual seperti Instagram memediasi antara citra diri dan harga diri pada perempuan dewasa awal.

Penelitian oleh Floyd Curry (2019) memperluas studi mengenai media sosial dan citra diri dengan fokus pada individu dalam tahap perkembangan dewasa. Penelitian ini mengkaji aspek kejelasan konsep diri, identitas etnis, serta bagaimana media sosial digunakan untuk menampilkan diri dan membandingkan diri dengan orang lain. Temuannya memberikan wawasan lebih dalam mengenai pengaruh media sosial pada pembentukan citra diri pada orang dewasa awal. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Muqqadas Jan, Sanobia Anwer Soomro, dan Nawaz Ahmad (2017) meneliti hubungan antara penggunaan media sosial dan harga diri. Hasilnya menekankan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin rendah tingkat harga diri individu.

Namun demikian, penelitian yang secara spesifik membahas hubungan antara citra diri dan harga diri pada pengguna Instagram yang berasal dari kalangan perempuan dewasa awal masih sangat terbatas. Padahal, kelompok usia ini merupakan pengguna aktif media sosial yang intens dalam menampilkan diri secara visual dan naratif. Dalam keseharian mereka, Instagram bukan hanya menjadi platform hiburan atau komunikasi, tetapi juga menjadi medium untuk menunjukkan pencapaian, gaya hidup, nilai-nilai

personal, serta representasi sosial yang mereka kehendaki. Dalam konteks ini, perempuan dewasa awal berperan sebagai agen aktif dalam mengonstruksi citra diri, sekaligus sebagai penerima umpan balik sosial yang dapat memengaruhi persepsi harga diri mereka secara langsung. Oleh karena itu, adanya kesenjangan literatur yang belum secara mendalam mengkaji hubungan antara citra diri dan harga diri dalam ekosistem digital ini menjadi urgensi akademik yang perlu dijawab.

Perempuan dewasa awal merupakan kelompok usia yang berada dalam fase perkembangan transisional yang sangat krusial. Pada rentang usia dewasa awal, yakni sekitar 20 hingga 40 tahun, individu mulai menghadapi berbagai tantangan dalam memasuki dunia orang dewasa, baik dalam aspek akademik, profesional, maupun relasi sosial yang lebih kompleks. Dalam fase ini, pencarian jati diri atau identitas personal menjadi kebutuhan yang menonjol, sebagaimana dikemukakan oleh Erikson dalam tahap perkembangan psikososial *intimacy vs isolation*, di mana individu dituntut untuk membangun hubungan yang erat tanpa kehilangan identitas diri.

Kebutuhan untuk merasa diterima, dihargai, dan dikenal secara positif oleh lingkungan menjadi bagian dari dinamika pertumbuhan psikologis perempuan dewasa awal. Instagram, sebagai media sosial berbasis visual dan naratif, menawarkan ruang yang sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan ini. Melalui fitur seperti unggahan foto, video pendek, story, reels, serta interaksi berbasis likes dan komentar, pengguna tidak hanya menampilkan diri mereka secara visual, tetapi juga menciptakan narasi tentang siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan. Namun, di balik peluang ini, terdapat pula tantangan serius. Ketika citra diri yang ditampilkan tidak mendapat validasi atau bahkan mendapat respons negatif, hal tersebut dapat menimbulkan dampak psikologis berupa penurunan harga diri, ketidakpuasan diri, hingga kecemasan sosial. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami secara lebih dalam bagaimana mekanisme pembentukan citra diri di Instagram memengaruhi pembentukan dan stabilitas harga diri pada kelompok perempuan dewasa awal ini, baik dari sisi motivasi psikologis, bentuk-bentuk representasi diri, hingga respon afektif terhadap umpan balik sosial yang diterima.

Dengan mempertimbangkan berbagai data dan temuan sebelumnya, baik dari studi literatur maupun hasil wawancara mendalam, dapat disimpulkan bahwa citra diri dan harga diri bukanlah dua konsep yang berdiri sendiri secara terpisah, melainkan saling berkelindan dan membentuk hubungan timbal balik yang erat, khususnya dalam interaksi di media sosial seperti Instagram. Proses membangun citra diri bukan sekadar

tindakan menyusun unggahan yang estetis atau menarik perhatian, tetapi merupakan proses reflektif yang melibatkan persepsi diri, kesadaran sosial, dan harapan akan penerimaan. Dalam konteks ini, Instagram menjadi cermin digital yang tidak hanya memantulkan representasi visual, tetapi juga memperantarai nilai-nilai, kepercayaan diri, dan ekspektasi sosial penggunanya. Ketika seseorang menerima tanggapan yang positif dari lingkungan digital, hal tersebut dapat memperkuat keyakinan diri dan meningkatkan harga diri. Namun sebaliknya, ketika respons sosial tidak sesuai harapan, individu bisa mengalami kekecewaan, perasaan tidak cukup, bahkan kehilangan makna atas representasi dirinya. Hal ini menjadikan media sosial tidak lagi sekadar ruang hiburan, melainkan arena kontestasi sosial yang memengaruhi secara langsung aspek psikologis individu, termasuk cara pandang terhadap diri sendiri. Bagi perempuan dewasa awal, pengalaman ini menjadi semakin signifikan karena terjadi dalam fase pembentukan identitas yang sarat akan kebutuhan pengakuan, validasi sosial, dan pembuktian diri di hadapan publik digital.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui pengaruh citra diri pada perempuan dewasa awal di Tulungagung jika dilihat dari penggunaan media sosial Instagram. Ketertarikan ini juga muncul karena belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas citra diri dalam kaitannya dengan penggunaan Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat citra diri perempuan dewasa awal, apakah tergolong sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, atau sangat rendah, serta seberapa besar pengaruhnya terhadap harga diri mereka. Citra diri merupakan gambaran yang terbentuk dalam pikiran seseorang mengenai siapa dirinya. Gambaran ini biasanya bersifat stabil dari waktu ke waktu, kecuali seseorang secara sadar berupaya untuk mengubahnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Individu dewasa awal ditandai dengan masa percobaan dan eksplorasi, di mana individu seringkali mencari identitas dan mencoba berbagai pengalaman hidup.
2. Perempuan lebih aktif dalam menggunakan media sosial, seperti Instagram, dibandingkan laki-laki
3. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri, tetapi juga berdampak pada citra diri dan harga diri.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat citra diri pada pengguna instagram di kalangan perempuan dewasa awal?
2. Bagaimana tingkat harga diri pada pengguna instagram di kalangan perempuan dewasa awal?
3. Bagaimana pengaruh citra diri terhadap harga diri pada pengguna instagram di kalangan perempuan dewasa awal?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat citra diri pada pengguna instagram di kalangan perempuan dewasa awal.
2. Untuk mengetahui tingkat harga diri pada pengguna instagram di kalangan perempuan dewasa awal.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra diri pengguna instagram terhadap harga diri di kalangan perempuan dewasa awal.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis ataupun praktis yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memperdalam pemahaman tentang antara citra diri, dan harga diri.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian tersebut diharapkan bisa memberikan wawasan yang berguna untuk masyarakat, khususnya bagi perempuan dewasa awal, orangtua, dan pihak-pihak lain mengenai Pengaruh Citra Diri Terhadap Harga Diri Pada Pengguna Instagram di Kalangan Perempuan Dewasa Awal.