

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit. Internet juga merupakan kerangka kerja konseptual yang menyediakan basis informasi bersama pada skala global untuk mendukung desain aplikasi yang melibatkan tingkat virtual (Atzori, Morabito & Iera, 2016). Atzori, Morabito dan Iera (2016) menjelaskan bahwa internet merupakan *platform/tempat/media* yang dapat digunakan untuk berbagai macam layanan. Jenis-jenis layanan internet meliputi *email, chatting, website, social networking* dan media sosial (Liang, 2021).

Menurut Hurlock (Aryati & Utami, 2021) membagi rentang usia dewasa menjadi tiga tahapan, yakni: dewasa awal, dewasa madya, dan dewasa akhir. Dewasa awal dimulai pada usia 18 tahun sampai kira-kira usia 40 tahun. Salah satu ciri-ciri perkembangan usia dewasa awal adalah adanya perkembangan emosi atau kematangan emosi.

Masa dewasa adalah salah satu fase dalam rentang kehidupan individu setelah remaja. Ketika individu memasuki masa dewasa akan terlihat adanya kematangan emosi dalam dirinya. Individu dalam masa dewasa memilih norma-norma yang dirasa baik untuk dirinya serta mereka berusaha untuk mempertahankan norma-norma yang mereka pilih (Runtu dkk 2017).

Akhir-akhir ini, terutama masa pandemi di seluruh penjuru dunia masih terjadi, TikTok sedang digemari oleh seluruh kalangan. Adanya fenomena tersebut, beberapa pendapat mengenai penggunaan aplikasi TikTok pun bermunculan. Fenomena TikTok yang banyak digemari masyarakat ini bukanlah sesuatu hal yang aneh. Sebab TikTok dengan berbagai fiturnya memang menawarkan hal yang berbeda dan menarik jika dibandingkan dengan instagram atau facebook. Instagram dan facebook dalam unggahannya dapat menawarkan banyak hal yang dapat diunggah, seperti foto, status teks atau juga video.

Berbeda dengan aplikasi yang satu ini, TikTok hanya dapat mengunggah dalam bentuk format video. Video yang dapat diunggah pun memiliki durasi waktu yang terbatas, yaitu hanya 15 detik, 60 detik atau 3 menit. Hal itulah yang menjadi kelebihan dan daya tarik dari TikTok, sehingga banyak digemari oleh para penggunanya. Menurut statistik, sebagian besar pengguna TikTok kebanyakan adalah orang dewasa muda, remaja, dan remaja yang merekam diri mereka sendiri ketika mereka menari dengan lagu yang populer. Jadi, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar pengguna TikTok adalah milik Generasi Z. Statistik menunjukkan bahwa 8,2 juta pengguna TikTok adalah perempuan dan anak perempuan yang lebih dari pengguna laki-laki yang 6,1 juta (Instazood, 2019).

Kondisi darurat ini mengharuskan seluruh warga dunia untuk melakukan gerakan berada di rumah atau *stay at home* pada awal pandemi. Banyak sekali individu mulai dari anak-anak, remaja, bahkan sampai orang dewasa pun mulai mencari hiburan dengan menghabiskan waktu mereka di sosial media seperti TikTok, Youtube, Instagram, dan sosial media lainnya. Kebanyakan dari mereka lebih tertarik untuk mengakses aplikasi TikTok yang merupakan salah satu aplikasi kekinian. Aji dan Setiyadi (Bulele dan Wibowo, 2020) menyatakan pengguna aplikasi TikTok sebanyak 10 juta pengguna di Indonesia.

TikTok adalah jejaring sosial berbagi video pendek yang memungkinkan para pengguna dapat membuat video menyanyi, dan juga menari. TikTok banyak digunakan anak muda untuk mengungkapkan berbagai pencapaian diri yang berhasil didapatkan di bidang penampilan fisik dan prestasi akademik maupun non akademik.

Hal tersebut dikemas dalam sebuah video berdurasi singkat yang dapat siapa saja lihat di *For Your Page* (FYP) TikTok. Salah satu penyebab mereka mengakses TikTok karena mereka juga merasa terhibur dan mendapatkan banyak informasi. Namun, tidak semua hal positif yang didapat dalam mengakses aplikasi TikTok ada juga hal negatif yang didapatkannya. Adanya masa pandemi ini yang mengharuskan individu di *stay at home* menimbulkan perasaan terisolasi dari dunia luar dan terbatasnya ruang bagi individu dewasa awal untuk

meningkatkan pencapaian diri. Melihat pencapaian orang lain secara berulang di sosial media khususnya TikTok dapat menimbulkan rasa *insecure* pada individu dewasa awal.

Kepercayaan diri atau *Self confidence* merupakan sikap yang dimiliki oleh individu yang dapat berkembang dengan baik, namun dapat pula mengalami penurunan yang dapat membuat individu itu sulit bahkan tidak ingin melakukan sesuatu. Percaya diri merupakan suatu keyakinan dan sikap seseorang terhadap kemampuan pada dirinya sendiri dengan menerima secara apa adanya baik positif maupun negatif yang dibentuk dan dipelajari melalui proses belajar dengan tujuan untuk kebahagiaan dirinya (Nurul dkk, 2014). Menurut Lauster (Unzilla Deni, 2016) *Self-confidence* (kepercayaan diri) merupakan suatu sikap atau perasaan yakin atas kemampuan yang dimiliki sehingga individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam setiap tindakan, dapat bebas melakukan hal-hal yang disukai dan bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan, hangat dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain.

Kepercayaan diri adalah ukuran dari keyakinan anda tentang kemampuan anda sendiri. Hal ini termasuk kinerja masa depan yang anda harapkan dari diri anda. Percaya diri berkaitan erat dengan tingkat keyakinan tentang apa yang anda pikirkan, anda bisa melakukannya atau mencapainya. Takut gagal adalah salah satu ancaman terbesar bagi keberhasilan pribadi anda. Orang yang percaya diri sangat menyadari apa yang bisa mereka lakukan dengan baik, dan mereka berhasil dengan memfokuskan upaya untuk tujuan yang telah ditentukan (Syafitri, 2014).

Coleman (dalam Adawiyah, 2020) berpendapat bahwa percaya diri merupakan kemampuan dan harga diri disertai dengan kesadaran diri yang kuat. Ketika seseorang percaya diri, ia berani menunjukkan diri dengan penuh keyakinan, berani menunjukkan keberadaannya, berani untuk menyatakan perbedaan pendapatnya dengan yang lainnya, serta dapat secara mandiri membuat keputusan meskipun dalam kondisi yang sulit. Serta dengan berani melakukan pengorbanan demi kebenaran. Kurangnya rasa Kepercayaan Diri tentunya merupakan sikap yang menunjukkan ketidakcakapan serta paling

merugikan. Perasaan takut mengalami kegagalan, takut salah, takut ditolak dan dada berdebar-debar yang diiringi oleh perasaan resah atau tak tenang sebelum melakukan suatu tindakan, perbuatan atau kegiatan ternyata dapat menyita energi yang dimilikinya (Adawiyah, 2020).

Stets dan Burke (dalam Syahputra & Muqaddis, 2017) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan hasil dari proses pembentukan identitas. Identitas diri yang jelas menghasilkan kepercayaan diri yang tinggi. Identitas yang kabur menurunkan kepercayaan diri. Santrock (dalam Syahputra & Muqaddis, 2017) menjelaskan rasa percaya diri atau self esteem (harga diri) merupakan dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri. Beberapa ahli mengatakan bahwa kepercayaan diri bersinonim dengan harga diri (Syahputra & Muqaddis, 2017).

Setiyo (dalam Syahputra & Muqaddis, 2017) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala kelebihan yang dimiliki dan membuat mereka merasa mampu untuk mencapai berbagai tujuan hidup. Kepercayaan diri mempengaruhi kemampuan seseorang berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Siska dan Purnamaningsih (dalam Syahputra & Muqaddis, 2017) menjelaskan bahwa kepercayaan diri mempengaruhi komunikasi interpersonal Mahasiswa dengan kepercayaan diri tinggi berani untuk berinteraksi dengan orang lain secara langsung. Mahasiswa yang cenderung takut berinteraksi dengan orang lain secara langsung mengalami kegagalan dalam memperluas hubungan antarpribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya (Syahputra & Muqaddis, 2017).

Berdasarkan hasil pengamatan fenomena-fenomena yang terjadi saat ini dengan adanya media sosial dapat membuat seseorang untuk menghilangkan lelah serta mengusir kebosanannya. Salah satu media sosial yang sedang diminati oleh remaja saat ini adalah TikTok. Media sosial TikTok ini merupakan media audio visual, dapat didengarkan juga dapat dilihat. Banyak pengguna media sosial TikTok dari semua kalangan yaitu mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa awal. Semua kalangan menyukai media sosial ini karena dapat menghibur dan mengisi waktu luang mereka (Adawiyah, 2020).

Menurut Aziz, 2020 dalam (Dewi dkk 2021). Intensitas penggunaan media sosial merupakan kuantitas perhatian dan ketertarikan seseorang dalam menggunakan media sosial dilihat dari kedalaman atau kekuatannya dalam menggunakan media sosial. Teori intensitas penggunaan merupakan tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) dalam menggunakan atau memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi waktu dalam satuan ukur jam dan jumlah ulangan/frekuensi dalam kurun waktu satu hari.

TikTok merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan diminati di dunia. TikTok memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi 15, 60 detik dan 3 menit disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari (Adawiyah, 2020). Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tik Tok. Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat Tik Tok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah naungan Facebook Inc. aplikasi ini menempati peringkat ke dua setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Adawiyah, 2020).

TikTok menjadi salah satu aplikasi populer serta banyak diminati. Fitur di aplikasi TikTok memungkinkan penggunanya memproduksi beragam konten. Keberadaan media TikTok menjadi salah satu saluran yang mendukung pemenuhan kebutuhan informasi bagi pengguna, individu yang memiliki kondisi membutuhkan informasi akan terdorong untuk berusaha menemukan informasi yang dibutuhkan sesuai kondisi dan kebutuhan guna mencapai tujuan. Dalam proses pencarian informasi yang dibutuhkan, seorang individu akan berusaha mencari sumber informasi yang dianggap memiliki kredibilitas. Melalui diketahuinya kredibilitas sebuah informasi, akan menggambarkan sejauhmana informasi yang ada dapat dimanfaatkan pengguna informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya (Eva Kusumaningtyas & Romyeni, 2022).

Content creator merupakan kegiatan yang mencakup penyebaran informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video, atau tulisan yang disebut sebagai konten, yang lalu di sebarakan melalui platform. Seorang *content creator* membuat konten untuk media, khususnya media digital, seperti youtube, Instagram, TikTok, dan bahkan platform media sosial lainnya. Salah satu media sosial yang kini mengalami pertumbuhan amat cepat dalam bentuk konten ialah media sosial TikTok (Eva Kusumaningtyas & Rummyeni, 2022).

Konten kreator merupakan sebuah profesi baru yang muncul sebagai konsekuensi dari kecanggihan teknologi yang saat ini telah berkembang pesat. Konten kreator secara harafiah disebut sebagai orang yang memproduksi sebuah konten di platform digital. Produksi konten yang dilakukan oleh konten kreator ada yang memang dimaksudkan sebagai branding sebuah produk, tuntutan profesi, maupun sekedar menjaga eksistensi diri. Konten kreator merupakan profesi yang muncul sebagai produk teknologi yang sedang berkembang. Siapa saja bisa menjadi konten kreator, persoalannya kemudian adalah bagaimana sang konten kreator bisa mengkomunikasikan pesan kepada publik dengan baik. Perlu ada strategi yang dilakukan sehingga konten yang diunggah dapat berimbas positif pada peningkatan jumlah engagement ataupun follower akun di sosial media (Kusuma & Prabayanti, 2022).

Menurut jurnal Dwi Putri Robiatul Adawiyah “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”, hasil dari penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri Remaja. Lalu pada jurnal (N. D. Palupi et al., 2020) “*The Effect Of Using TikTok Applications On Self-Confidence Levels*”, dari hasil pengolahan data variabel penggunaan aplikasi TikTok (X) dengan variabel tingkat kepercayaan diri (Y) berpengaruh signifikan.

Coopersmith (Zulkifli Adnan & Hidayati, 2018) menguraikan bahwa harga diri merupakan penilaian diri oleh individu terhadap dirinya yang mencerminkan perilaku penolakan, penerimaan diri, dan seberapa dalam individu yakin dirinya berharga, berguna, memiliki kesanggupan, serta bernilai.

Harga diri (*self esteem*) merupakan salah satu unsur penting dalam menyusun diri (*self*). Santrock (Rampa, 2022) mengatakan bahwa masa dewasa awal adalah masa berubahnya pandangan memikirkan diri sendiri menjadi orang yang mempunyai sikap simpati terhadap orang lain. Penentuan relasi menduduki peran yang penting pada masa tersebut. James (Putri & Isrofins, 2021) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh setiap individu terhadap dirinya. Evaluasi atau penilaian terhadap diri yaitu pada rentang dimensi positif hingga negatif maupun tinggi hingga rendah.

Baron dan Byrne (Zulkifli Adnan & Hidayati, 2018) menyebut harga diri sebagai penilaian terhadap diri sendiri yang dibuat individu dan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki oleh orang lain dalam menjadi pembanding. Branden (Zulkifli Adnan & Hidayati, 2018) mengungkapkan bahwa *self-esteem* merupakan evaluasi positif dan negatif tentang diri sendiri yang dimiliki seseorang. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya.

Harga diri didasarkan pada keyakinan tentang bagaimana menilai diri sendiri sebagai pribadi dan pandangan emosional tentang keyakinan tersebut. Misalnya, apakah individu percaya bahwa dia adalah orang yang kompeten atau tidak kompeten. Jika seorang individu mengatakan kompeten, maka emosi yang sesuai mungkin terkait dengan perasaan kemenangan atau kebanggaan. Sebaliknya, jika merasa tidak kompeten, maka emosi yang ada mungkin putus asa atau malu. Harga Diri dapat terbatas pada satu dimensi tertentu dari hidup seorang individu. Misalnya, saya percaya saya seorang penulis yang baik, dan merasa bangga dengan itu atau saya percaya saya orang baik dan merasa bangga pada diri sendiri pada umumnya (Syafitri, 2014).

Menurut jurnal (Syafitri, 2014) “Pengaruh Harga Diri dan Kepercayaan Diri Dengan Aktualisasi Diri Pada Komunitas *Modern Dance* Di Samarinda”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga diri dan kepercayaan diri. Lalu pada jurnal Febrian Ardhya Yuntama Putra “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Kepercayaan Diri Pada Pengendara

Motor Ninja Dan Motor Vespa”, data diperoleh data bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kepercayaan diri.

Hasil *preliminary research* dengan wawancara yang telah dilakukan peneliti, intensitas penggunaan aplikasi TikTok terbilang tinggi yaitu dari hasil wawancara 3 orang subjek mengatakan penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari bisa mencapai 2-3 jam, lalu 2 orang subjek mengatakan penggunaan aplikasi TikTok dalam sehari bisa mencapai 2-5 jam dalam seharinya. Hal tersebut biasanya dilakukan saat waktu senggang atau waktu luang yang subjek miliki. Dan biasanya subjek membuka TikTok untuk sebuah hiburan atau senang-senang.

Pada variabel Harga Diri, dalam aspek Kemampuan dari 5 subjek mengatakan bahwa rata-rata pencapaian tertinggi mereka pada penggunaan aplikasi TikTok ini adalah mendapatkan jumlah *viewers* yang tinggi mulai dari seribu *viewers* hingga 1,6 M. Pada variabel Kepercayaan Diri dalam aspek Optimis, dari 5 subjek rata-rata menjawab bahwa mereka bangga dengan kelebihan yang mereka punya.

Peneliti memilih judul Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok dan Harga Diri terhadap Kepercayaan Diri sebagai judul skripsi ini karena peneliti melihat fenomena yang sedang terjadi dari akhir tahun 2018 sampai awal tahun 2023 ini aplikasi TikTok masih menjadi aplikasi yang paling digemari, peneliti juga ingin tahu apakah ada hubungannya terhadap harga diri dan kepercayaan diri.

Peneliti menggunakan subjek dewasa awal usia 18-25 tahun pada Mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi Angkatan 2018, dikarenakan peneliti ingin mengetahui apakah subjek dewasa awal banyak yang menggunakan aplikasi TikTok tepatnya di Universitas Islam “45” Bekasi ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan harga diri terhadap kepercayaan diri pada mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi?

2. Adakah hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan kepercayaan diri?
3. Adakah hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri?
4. Adakah pengaruh antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan harga diri terhadap kepercayaan diri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui deskripsi intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan harga diri terhadap kepercayaan diri pada mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Untuk mengetahui adakah hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan kepercayaan diri.
3. Untuk mengetahui adakah hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan harga diri terhadap kepercayaan diri.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang berjudul “Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok dan Harga Diri Terhadap Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi”, maka peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian diharapkan bahwa ini dapat menyumbangkan informasi baru, wawasan, pengetahuan dan materi bagi perkembangan ilmu psikologi, khususnya Psikologi Sosial.
- b. Hasil dari penelitian ini nantinya dapat di gunakan sebagai bahan rujukan atau referensi untuk penelitian selajutnya mengenai kepercayaan diri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan informasi dan pemahaman tentang keterikatan antara Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok dan Harga Diri terhadap Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi.

b. Bagi Program Studi

Memberikan masukan kepada program studi dalam rangka meningkatkan kualitas perkuliahan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan maupun perbandingan dalam pengembangan penelitian tentang hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan harga diri dengan kepercayaan diri pada mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi sehingga penelitian selanjutnya dapat menghasilkan hasil empiris yang lebih banyak dan benar-benar dapat dimanfaatkan secara luas bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Psikologi sosial.