

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Berdasarkan data yang dilansirkan oleh Badan Pusat Statistika, orang-orang yang berusia 15 - 24 tahun adalah rentang yang paling mungkin memiliki akun media sosial dibandingkan dengan rentang usia lainnya (Perrin, 2015). Murid SMA dan mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang termasuk pada rentang usia ini. Salah satu dari media sosial yang paling umum mereka gunakan adalah Instagram.

Instagram adalah media sosial dimana seseorang bisa membagikan *post* dalam bentuk foto dan video, melihat *post* dari teman atau orang lain, dan berinteraksi dengan mereka. Berdasarkan data yang dilansir dari situs *The Verge*, Instagram memiliki 2 miliar pengguna aktif di seluruh dunia (Roth, 2021), dan 99 juta di Indonesia (Kemp, 2022). Statista (2022) juga melansirkan bahwa rentang umur 18-24 tahun merupakan rentang umur pengguna Instagram yang paling besar kedua, didahului oleh 25-34 tahun. Dengan Instagram, seseorang bisa dengan mudah melihat kegiatan dan pendapat orang lain dan membagikannya kepada siapa saja (Ilma dkk., 2022)

Namun, pengguna Instagram tidak hanya menunjukkan sisi cantik mereka saja. Menurut Kang & Wei (2019), pengguna Instagram membuat dua jenis akun untuk menampilkan diri mereka yang cantik dan tidak cantik. Akun ini bisa

disebut *Rinsta* (*real instagram*/akun utama) dan *Finsta* (*fake instagram*/akun kedua).

*Real Instagram* atau *Rinsta* adalah akun normal dan utama pengguna Instagram di mana pengguna menunjukkan bahwa mereka menjalani kehidupan yang baik dan sempurna (Kang & Wei, 2019). Pengguna *Rinsta* sangat dibatasi dalam kemampuan mereka untuk mengekspresikan diri mereka sepenuhnya karena suatu bentuk presentasi diri, termasuk yang positif, dapat berarti hal yang berbeda untuk kelompok sosial mereka yang beragam dan berbeda yang telah menyatu (Boyd, 2008). Fenomena inilah yang biasanya mendorong orang untuk membuat *finsta*.

*Fake Instagram* atau *Finsta* adalah akun kedua “rahasia” seseorang dimana mereka bisa bebas berekspresi tanpa khawatir jumlah like, komentar, atau hinaan seperti di akun utama (Ilma dkk., 2020). Penggunaan *finsta* semakin mudah dengan adanya fitur *multiple account login* dimana pengguna bisa mengakses lebih dari satu akun dalam satu aplikasi secara bersamaan (Ilma dkk., 2020). Orang-orang menggunakan *finsta* sebagai buku harian, menunjukkan sisi diri lainnya agar menghindari penilaian negatif, mengikuti teman lainnya yang mempunyai *finsta*, dan sebagai akun gosip (Dewi, 2018; Kang & Wei, 2019). Dengan menggunakan *finsta*, seseorang bisa menunjukkan sisi dirinya yang lebih *real* dan tulus pada diri mereka daripada ketika mereka menggunakan *rinsta* karena berkurangnya ekspektasi dan penilaian yang tidak diinginkan dari orang lain yang mencegah mereka untuk melakukannya. Dengan kata lain, orang-orang menggunakan *finsta* sebagai cara untuk meregulasi emosi.

Untuk mengetahui gambaran terjadinya fenomena ini di sekitar, peneliti melakukan pengambilan data awal terlebih dahulu terhadap empat mahasiswa Fapsi Unpad Angkatan 2019 dengan cara wawancara daring. Mahasiswa diberikan empat pertanyaan, apakah alasan memiliki *finsta*, apakah ada keuntungan memiliki *finsta*, apakah ada kerugian memiliki *finsta*, dan apakah persepsi mereka terhadap orang yang memiliki *finsta*. Alasan mereka memiliki *finsta* adalah agar mereka lebih nyaman dengan membagikan *post* apa saja yang mereka mau ke orang-orang tertentu seperti teman dekat mereka, dimana *rinsta* lebih banyak diikuti oleh orang yang mereka kurang dekat. Keuntungan dari memiliki *finsta* adalah mereka tidak perlu menyaring *post* yang mereka bagikan, seperti curhatan atau hobi, dan berinteraksi dengan teman mereka yang memiliki *finsta* juga. Di sisi lain, mereka tidak merasakan kerugian dari memiliki *finsta*. Persepsi mereka terhadap orang yang menggunakan *finsta* adalah bahwa mereka suka membagikan suatu *post* yang jika dibagikan pada *rinsta*, mereka merasa malu atau kurang percaya diri. Berdasarkan penelitian awal ini, para partisipan kemungkinan menggunakan *finsta* untuk menghindari respon yang tidak diinginkan dan bisa memunculkan reaksi serta emosi negatif. Dengan kata lain, mahasiswa-mahasiswa ini menggunakan *finsta* sebagai strategi untuk meregulasi emosi.

Regulasi emosi adalah mengelola emosi dan stimuli serta beradaptasi dengan situasi tertentu untuk mencapai suatu tujuan (Modecki, Zimmer-Gembeck, & Guerra, 2017). Selain manfaat yang lebih, seperti meregulasi emosi yang tidak diinginkan pada suatu situasi, regulasi emosi dapat meningkatkan kesejahteraan jangka panjang, meningkatkan kinerja di tempat kerja, memperkaya hubungan

pribadi, dan bahkan mengarah pada kesehatan yang lebih baik secara keseluruhan (Alvado Parkway Institute, 2016). Jika individu tidak mencoba untuk meregulasi emosi, mereka beresiko merusak hubungan pribadi dan memperburuk *well-being* mereka (Klynn, 2021).

Ada beberapa penelitian yang meneliti tentang penggunaan media sosial atau Instagram dalam meregulasi emosi. Tinjauan literatur yang dilakukan oleh Bolton dkk. (2013) menunjukkan bahwa salah satu alasan generasi milenial menggunakan media sosial adalah untuk meregulasi emosi mereka. Das (2021) juga meneliti penggunaan *reappraisal* untuk meregulasi emosi setelah menggunakan Instagram. Ada juga penelitian yang membahas tentang *digital regulation emotion*, yaitu penggunaan teknologi digital (diantaranya adalah media sosial) sebagai alat untuk mempengaruhi keadaan afektif kita (termasuk emosi, suasana hati, dan tingkat stres) secara strategis (Wadley dkk., 2020). Selain itu, Bettis dkk. (2021) berpendapat bahwa teknologi digital memiliki potensi untuk mencari tahu bagaimana seseorang meregulasi emosi dan aplikasinya dalam intervensi. Semua penelitian ini tentang emosi regulasi dan media sosial memiliki satu kesamaan, yaitu media sosial bisa digunakan sebagai strategi untuk meregulasi emosi.

Menurut Gross (1998), ada lima jenis strategi regulasi emosi berdasarkan pada tahap apa muncul emosinya, yaitu *situation selection* untuk sebelum situasi, *situation modification* saat situasi, *attentional deployment* saat atensi, *cognitive change* saat *appraisal*, dan *response modulation* saat respon. Dengan menggunakan *finsta*, seseorang bisa menggunakan jenis strategi regulasi emosi

*situation selection, attentional deployment, cognitive change, dan response modulation.* Namun untuk penelitian ini, hanya akan fokus kepada *cognitive change* dan *response modulation* karena *kedua* strategi regulasi emosi ini paling banyak digunakan dan lebih mudah dimanipulasi (Gross & John, 2003).

*Cognitive change* adalah jenis strategi regulasi emosi dimana seseorang mengubah cara pandang mereka terhadap suatu situasi untuk mengatur hasil emosi dari situasi tersebut (Gross, 2008). Salah satu bentuk *cognitive change* adalah “*reappraisal*”, yaitu mengubah makna dari suatu situasi sedemikian rupa sehingga ada perubahan dalam respons emosional seseorang terhadap situasi itu. Ketika individu merasa emosi negatif ketika membuka Instagram, dia bisa menggunakan *reappraisal* untuk meregulasi emosi (Das, 2021). Jika dibandingkan perempuan dengan laki-laki, laki-laki menunjukkan peningkatan yang lebih rendah di daerah prefrontal yang berhubungan dengan strategi regulasi emosi *reappraisal*, artinya laki-laki lebih mudah menggunakan *reappraisal* daripada perempuan (Mcrae et al., 2008).

*Response modulation* adalah jenis strategi regulasi emosi dimana seseorang mencoba mempengaruhi respon fisiologis dan perilaku terhadap suatu emosi secara langsung (Gross, 2008). Salah satu bentuk *response modulation* adalah “*expression suppression*”, yang mengacu pada upaya untuk mengurangi perilaku ekspresif emosi yang sedang berlangsung (Gross & John, 2003). Dalam pengambilan data awal, orang-orang akan menggunakan *finsta* ketika mengalami peristiwa yang tidak menyenangkan dan mencurahkan isi hati mereka daripada mencurahkannya ke tempat lain. Jenis kelamin memengaruhi penggunaan

*suppression* secara kompleks; misalnya, pria mungkin lebih cenderung menggunakan *suppression* ketika mereka sedih daripada wanita tetapi lebih kecil kemungkinannya ketika mereka marah daripada wanita (Gross & John, 2003).

Ketika individu menggunakan akun *rinsta* untuk melihat *timeline* Instagram atau menunggah sesuatu, ada kemungkinan dia akan merasakan emosi yang tidak diinginkan dikarenakan suatu bentuk presentasi diri dapat berarti hal yang berbeda untuk kelompok sosial mereka yang beragam dan berbeda yang telah menyatu (Boyd, 2008). Untuk mengatur emosi mereka dengan mencegah munculnya emosi ini, individu bisa menggunakan *cognitive reappraisal* dengan mengubah akun yang digunakan menjadi akun *finsta*. Ini karena mereka bisa menunjukkan sisi dirinya yang lebih *real* dan tulus pada diri mereka karena berkurangnya ekspektasi dan penilaian yang tidak diinginkan dari orang lain dalam *finsta* (Dewi, 2018; Ilma dkk., 2020; Kang & Wei, 2019). Namun, individu tersebut bisa juga merasakan emosi yang tidak diinginkan ketika menggunakan akun *rinsta*. Jika hal itu sudah terjadi, individu bisa mengungkapkan emosi yang mereka alami menggunakan *finsta* sebagai upaya untuk menghambat pengungkapan emosi di *rinsta* dan mengurangi emosi yang mereka rasakan.

Pada penelitian Bayram dan Bilgel (2008), depresi, kecemasan dan stres tingkat sedang ke atas ditemukan di 27,1 %, 47,1%, dan 27% pada responden yang terdiri dari mahasiswa. Selain itu, prevalensi mahasiswa Indonesia mengalami stres adalah sebesar 36,7 - 71,6% (Fitasari, 2011, dalam Ambarwati dkk. 2019). Bayram dan Bilgel (2008) juga menemukan bahwa stres dan kecemasan ditemukan lebih tinggi pada mahasiswa perempuan. Dalam kondisi ini,

*finsta* ini bisa menjadi media untuk meluapkan emosi agar mahasiswa bisa melakukan regulasi emosi. Selain itu, dari pengambilan data awal dan penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah saya paparkan, diketahui bahwa mahasiswa menggunakan *finsta* sebagai strategi regulasi emosi. Namun, belum ada penelitian yang membuktikan apa jenis strategi regulasi emosi mahasiswa yang menggunakan *finsta* gunakan dan apakah ada perbedaan jenis strategi regulasi emosi antara mahasiswa laki-laki dan perempuan yang menggunakan *finsta*. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui apakah strategi regulasi emosi yang digunakan oleh mahasiswa yang menggunakan akun *finsta* sebagai wadah untuk meregulasi emosi.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari pengambilan data awal, terlihat bahwa *finsta* bisa digunakan sebagai strategi regulasi emosi. Penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa media sosial bisa digunakan sebagai metode regulasi emosi. Maka dari itu pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah "Jenis strategi regulasi emosi manakah yang digunakan oleh Mahasiswa Universitas Padjadjaran yang menggunakan *finsta*?"

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi regulasi yang digunakan oleh pengguna *finsta* Mahasiswa Fakultas Psikologi Unpad.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan Teoritis dari penelitian ini adalah dapat menambahkan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang psikologi, terutama psikologi kognitif dan sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi terkait regulasi emosi dan *digital emotion regulation*, terutama pada mahasiswa.

### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Kegunaan Praktis dari penelitian ini adalah untuk mahasiswa, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi tentang bagaimana *finsta* bisa digunakan untuk meregulasi emosi.