

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motivasi penting bagi setiap individu. Motivasi menghadirkan tujuan dan dorongan untuk mencapai tujuan hidup, karir, dan bisnis. Misalnya: motivasi menolong individu untuk memulai dan mendatangkan produktivitas (Sharma, 2017). Motivasi juga meningkatkan kinerja, kesejahteraan diri, pertumbuhan pribadi, atau kepekaan tujuan. Motivasi menjadi *pathway* untuk merubah cara berpikir, perasaan dan perilaku. Oleh karena itu, motivasi dinyatakan sebagai sumber daya vital untuk beradaptasi, fungsi produktivitas, dan memelihara kesejahteraan diri (*wellbeing*) ketika individu menghadapi perubahan situasi yang membawa peluang sekaligus ancaman (Souders, 2020).

Motivasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah motivasi *selfie*. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Chaudhari, Patil, Kadiani, Chaudhury, dan Saldanha (2019) motivasi memiliki peran penting dalam memprediksi perilaku *selfie*. Perilaku berbagi foto secara *online* membantu individu memenuhi kebutuhan sosialnya. Perilaku mem-posting foto secara *online* juga bentuk mengekspresikan perasaan, emosi dan pikiran yang menjadi langkah awal individu untuk memulai komunikasi dengan orang lain yang memiliki kesamaan minat dan membangun interaksi sosial. Individu melakukan posting foto secara *online* juga karena kebutuhan mendapatkan perhatian, khususnya dalam rangka memperoleh umpan balik, penilaian publik dan penghargaan (Chaudhari, dkk., 2019).

Al-Hooti (2014) juga mengungkapkan bahwa perilaku *selfie* dipengaruhi oleh berbagai motivasi baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik. Motivasi intrinsik meliputi *self-reflection, self-presentation, self-representation, self-expression, creating a digital identity, self-esteem, self-development, self-worth, narcissism,* dan *self-objectification*. Sementara, motivasi ekstrinsik meliputi tuntutan sosial dan penerimaan sosial. McLean, Jarman, dan Rodgers (2019) mengungkapkan bahwa individu melakukan *selfie* untuk mendapatkan koreksi, mencari dan menempatkan umpan balik dari orang-orang. Selain itu, perilaku *selfie* juga dapat dilakukan untuk eksplorasi identitas diri, bersenang-senang, dan meningkatkan harga diri. Pendapat McLean, dkk (2019) juga menunjukkan bahwa perilaku *selfie* didasarkan oleh berbagai motivasi.

Alasan lain pemilihan motivasi *selfie* adalah meningkatnya perilaku *selfie*. *Selfie* semakin meningkat seiring dengan meningkatnya penggunaan smartphone (Biolcati & Passini, 2018). Hal senada juga dikemukakan oleh Kaur dan Vig (2016), meski orang-orang gemar mengambil foto dirinya sendiri dalam berbagai situasi kegiatan telah berlangsung beberapa dekade, namun kemajuan kamera *selfie* telah menyebabkan efek yang ekstrim yaitu tingkat penggunaan *selfie* yang terus meningkat berkali-kali lipat. Tingkat kecanduan *selfie* seiring dengan meningkatnya kematian yang berkaitan dengan meningkatnya obsesi berfoto *selfie*. Selain itu, juga diungkapkan adanya hubungan kuat antara kecanduan *selfie* dengan berbagai masalah kesehatan mental, seperti harga diri rendah, narsisme, kesepian dan depresi. Kecanduan *selfie* di masa muda (khususnya remaja) juga seiring dengan meningkatnya masalah kesehatan mental, sebagaimana ditunjukkan meningkatnya jumlah orangtua yang mengunjungi psikiater dengan keluhan yang sama.

Selfie yang terlihat sebagai kegiatan sepele, ternyata membawa banyak hal negatif yang serius. Seorang siswi di Rizal High School, Kota Pasig, Filipina tewas terjatuh dari tangga sekolah saat ber-*selfie* pada jam istirahat. Triana Lavey (38 tahun), wanita yang tinggal di Los Angeles, AS rela mengeluarkan USD 15.000 (setara Rp. 174 juta rupiah) untuk berbagai implan operasi plastik pada wajahnya agar mendapatkan hasil *selfie* idamannya. Danny Bowman (19 tahun), remaja laki-laki yang tinggal di Newcastle Inggris nyaris bunuh diri hanya gara-gara hasil *selfie*-nya dianggap tidak ada yang terlihat bagus. Danny kehilangan berat badan hampir 13 kg dan diberhentikan dari sekolah karena tidak dapat mengendalikan diri dalam *selfie* (Rahma, 2016).

Arnani (2019) menuliskan di Kompas bahwa terdapat enam kasus *selfie* yang berujung kematian di Indonesia selama Desember 2018 hingga Oktober 2019. (1) Mohammad Aldi Payogi, seorang mahasiswa yang tewas tenggelam karena terpeleset dari atas tebing andesit ketinggian 5 m saat *selfie*. (2) Joko Susapto dan kedua anaknya meninggal karena tercebur ke sungai dengan kedalaman 3m. (3) Eka Madayati dan Dedy Suriadi, sepasang kekasih yang meninggal akibat terseret gelombang saat *selfie*. (4) Suyitno Budi, tewas tenggelam karena terpeleset saat *selfie* di air terjun. (5) Muhammad Saleh, tewas karena jatuh dan terbawa arus bendungan saat *selfie*. Korban ditemukan 4.000 m dari lokasi jatuh. (6) Keluarga Juberi tewas ditabrak truk ketika *selfie*. Keluarga ini *selfie* di Tanjakan Tarahan, Lampung yang memiliki latar belakang laut, namun daerah rawan kecelakaan karena posisinya yang tanjakan dan belokan. Beberapa kasus ini menunjukkan bahwa individu yang melakukan *selfie* seringkali kurang memperhatikan bahaya, sehingga risiko terjadinya kecelakaan besar dan berakhir kematian.

Hasil wawancara untuk identifikasi masalah terhadap lima orang mahasiswa di PTS Kota Semarang, pada tanggal 10-11 April 2020 mengungkapkan adanya indikasi lima orang mahasiswa tersebut suka *selfie*. Para mahasiswa tersebut mengaku senang sekali *selfie*, bahkan setiap hari dari pagi sampai malam melakukan *selfie*. Kelima mahasiswa ini melakukan *selfie* dengan berbagai motivasi, seperti mendapatkan koreksi, mencari dan menempatkan umpan balik orang lain, narsistik, harga diri, tuntutan sosial dan penerimaan sosial.

Alasan ketiga pentingnya mengkaji motivasi *selfie*, mengacu pada rekomendasi Chaundhari, dkk (2019) bahwa motivasi *selfie* untuk penelitian-penelitian di masa mendatang perlu dieksplorasi lebih dalam. Motivasi *selfie* adalah sejauh mana individu merasa terhubung secara emosional untuk melakukan *selfie* dan mengintegrasikannya ke dalam kegiatan sehari-hari. Hal ini ditunjukkan dengan individu menikmati kegiatan mengambil foto *selfie*, merasa mengambil foto *selfie* sebagai kegiatan yang penting dalam kehidupan sehari-hari, dan selalu mencari tempat di mana dapat mengambil foto *selfie* (Charoensukmongkol, 2016).

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan mengenai urgensi penelitian motivasi *selfie*, yaitu motivasi *selfie* merupakan determinan dari perilaku *selfie*. Motivasi *selfie* berkaitan dengan berbagai faktor psikologis baik secara intrinsik maupun ekstrinsik, sehingga setiap individu dapat memiliki sikap dan persepsi yang berbeda, serta kekhawatiran yang berbeda pula mengenai *selfie*. Terbatasnya kajian mengenai motivasi *selfie*, bahkan direkomendasikan untuk dikaji lebih mendalam (Chaundhari, dkk., 2019).

Motivasi *selfie* adalah dorongan yang berasal dari dalam diri individu untuk mendorong dan mengarahkan perilakunya melakukan melakukan *selfie*,

menikmati kegiatan *selfie*, mencari tempat untuk *selfie* dan meng-uploadnya di media sosial (Al-Hooti, 2014). Motivasi *selfie* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesepian, merasa sedikit waktu dan merasa tidak memiliki keberanian (Nikolic, 2016). Pada penelitian ini difokuskan pada kesepian, karena tingginya mahasiswa yang mengalami kesepian, sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Hidayati (2015) bahwa 52,8% mahasiswa memiliki kesepian yang tergolong tinggi. Hasil penelitian Yurni (2015) juga mengungkapkan bahwa kesepian dialami mahasiswa, yaitu 43% mahasiswa mengalami kesepian dalam hubungan pertemanan, 29% mahasiswa mengalami kesepian dalam hubungan dengan kelompok, 20% mahasiswa mengalami kesepian dalam hubungan romantis, dan 4% mahasiswa mengalami kesepian dalam hubungan dengan keluarga. Alasan lainnya, mahasiswa yang umumnya berusia 18-25 tahun merupakan individu yang rentan kesepian (Watson dalam Pratama & Rahayu, 2014).

Boylu dan Günay (2018) mengungkapkan bahwa mahasiswa banyak yang mengalami kesepian karena adanya kesenjangan antara hubungan interpersonal yang diharapkan dengan realita, dimana hal tersebut disebabkan antara lain akibat meninggalkan keluarga dan teman-temannya untuk kuliah, patah hati, masalah dengan teman atau pasangan, kesulitan terkait perkuliahan. Untuk mengatasi kesepian tersebut individu menggunakan internet secara berlebihan dan terus-menerus, karena internet menawarkan banyak hal-hal menarik terkait membangun hubungan sosial yang “bebas” risiko. Misalnya individu mampu mengekspresikan pikiran dan perasaannya tanpa khawatir dinilai oleh orang, karena individu juga dapat mengatur tanggapan orang atas status yang di-*upload*-nya.

Hardika, Noviekayati, dan Saragih (2019) mengungkapkan bahwa individu-individu yang kesepian memiliki tingkat kecenderungan yang tinggi untuk melakukan interaksi sosial melalui media sosial, khususnya dengan melakukan *upload* foto *selfie* di *Istagram* dalam rangka memperoleh perhatian, pengakuan, dan apresiasi. Shah dan Singh (2018) mengungkapkan bahwa kesepian berpengaruh positif secara signifikan terhadap *selfie*. *Selfie* dapat mewakili kekosongan, perasaan hampa, kehilangan, dan ketiadaan sesuatu yang substansial dalam kehidupan seseorang. Individu yang merasa kesepian akan lebih banyak mengambil foto narsis dibandingkan orang lain. Rahma (2016) juga mengungkapkan bahwa individu melakukan *selfie* untuk menutupi kesepian. Puspitasari (Sembiring, 2017) mengutip beberapa hasil penelitian yang menyatakan meng-*upload selfie* dengan harapan memperoleh tanda suka (*like*) atau komentar menunjukkan keberadaan individu diterima dalam lingkungan sosial, sehingga kesepian yang dialami akan menurun. Nikolic (2015) mengungkapkan adanya hubungan antara kesepian dengan motivasi *selfie*. Individu yang kesepian termotivasi melakukan *selfie* dengan harapan foto *selfie* yang di-*upload* di media sosial mendapatkan *like* yang berarti individu diterima.

Krisnawati dan Soetjningsih (2017) mengungkapkan bahwa kesepian cenderung mendorong individu untuk melakukan kontak sosial agar terhubung dengan orang lain sehingga dapat mengurangi rasa kesepiannya. Kontak sosial ini dilakukan dengan *posting selfie* di media sosial untuk mendapatkan tanggapan (komentar atau umpan balik) dari anggota media sosialnya. Semakin tinggi tingkat kesepian individu maka semakin tinggi pula motivasinya untuk melakukan *posting selfie* di media sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti “Apakah ada hubungan antara kesepian dengan motivasi *selfie* pada mahasiswa?”

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di latar belakang, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara kesepian dengan motivasi *selfie* di pada mahasiswa.

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuannya, maka penelitian ini diharapkan memberikan dua manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan meningkatkan wawasan mengenai Ilmu Psikologi Sosial terutama yang berhubungan dengan kesepian dan motivasi *selfie* pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan saran yang berhubungan dengan kesepian dan motivasi *selfie* pada mahasiswa.