

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah *quarter life crisis* pertama kali dicetuskan pada tahun 2001 berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alexander Robbins dan Abby Wilner terhadap sekelompok anak muda di Amerika Serikat. Kedua ahli tersebut menjuluki anak muda sebagai "twentysomethings", yang artinya individu di usia dua puluhan mengalami transisi kehidupan dari dunia akademis di perguruan tinggi menuju realita kehidupan (*real life*) yang penuh dengan tuntutan (Fuad, 2023).

Menurut Robbins (Fuad, 2023), selama masa transisi ini individu mengalami krisis identitas yang disebabkan adanya ketidakstabilan yang meningkat, perubahan secara terus menerus, terlalu banyak pilihan yang cenderung menyulitkan dalam pengambilan keputusan, dan perasaan tidak berdaya (*sense of helplessness*). Hal ini menjadi penyebab munculnya karakteristik emosi seperti panik, takut, ragu, merasa kehilangan dan tidak tentu arah yang dapat mengarah kepada gejala depresi dan gangguan psikis lainnya. Krisis inilah yang didefinisikan oleh Robbins & Wilner sebagai *quarter-life crisis*.

Afnan, dkk., (2020) menyatakan *quarter life crisis* adalah fase yang biasanya muncul pada individu di rentang usia 18 hingga 29 tahun yang melakukan suatu respon terhadap ketidakstabilan yang memuncak, perubahan yang konstan, terlalu banyaknya pilihan-pilihan serta perasaan panik dan tidak

berdaya (Pamungkas dan Hendrastomo, 2024). Perubahan konstan dari remaja akhir menuju dewasa awal yang dihadapkan dengan banyaknya pilihan terkait langkah yang harus diambil setelah masa wajib belajarnya usai, yaitu memilih untuk melanjutkan pendidikan, bekerja, atau langsung menikah menjadi sebab adanya kebingungan dan perasaan panik mengenai “status”nya.

Krisis kehidupan ini merupakan sebuah keadaan yang tidak dapat dihindari dan hampir semua orang pernah atau akan mengalaminya. Ketika berada dalam fase *quarter life crisis*, individu cenderung meragukan diri sendiri, tidak percaya diri, merasa tidak berdaya, stres, memiliki emosi yang tidak stabil, takut mengalami kegagalan, serta merasa diasingkan oleh lingkungan sekitar (Pamungkas dan Hendrastomo, 2024). Menurut Noor (Pamungkas dan Hendrastomo, 2024), mayoritas individu yang berada dalam fase *quarter life crisis* merasakan rasa khawatir yang berlebih terhadap masa depan karena takut kehidupan yang akan datang tidak sesuai dengan hal yang dibayangkan dan direncanakan sebelumnya, sehingga individu akan merasa kehilangan motivasi hidup ketika mengalami masa krisis.

Menurut Pamungkas dan Hendrastomo (2024), salah satu yang menjadi faktor terjadinya perasaan cemas, bingung dan *overthinking* pada *quarter life crisis* adalah pengaruh media sosial. Berdasarkan hasil survei tahun 2024 oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 64,80% dan terus mengalami pertumbuhan hingga pada tahun 2024 menjadi 79,50% atau setara dengan 221.563.479 jiwa dari total populasi penduduk Indonesia. Dalam survei tersebut

juga menjelaskan bahwa pengguna internet yang mengakses media sosial, seperti facebook, youtube, tiktok, dan instagram mencapai skor tertinggi yaitu 3,33 dari rentang skor 1-4 (maksimum). Artinya pengguna media sosial pada tahun 2024 memiliki tingkat yang paling tinggi bila dibandingkan dengan penggunaan internet lainnya, seperti yang mengakses konten hiburan, seperti *music online*, *game online*, dan tv berbasis internet dengan skor 2,90 maupun yang mengakses layanan keuangan, seperti transfer bank, *e-wallet*, dan investasi online dengan skor 2,92.

Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana individu untuk berinteraksi di dunia maya. Tersedianya fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan status dapat memudahkan individu untuk saling melihat keseharian maupun pencapaian yang dapat diunggah secara bebas oleh masing-masing individu dalam akun media sosialnya. Hal-hal yang kurang menyenangkan, seperti gagal membuka usaha dan ditolak ketika melamar pekerjaan, cenderung disembunyikan dari media sosial. Sebaliknya, pencapaian atau tampilan keberhasilan seperti mendapat pekerjaan tetap, lulus tepat waktu dengan gelar *cumlaude*, mendapatkan pasangan sesuai kriteria, atau berkontribusi dalam suatu komunitas, cenderung lebih sering dipilih oleh individu untuk diunggah di media sosial. Tampilan keberhasilan yang dilihat individu dapat memunculkan rasa perbedaan di antara mereka. Rasa perbedaan itu dapat berupa rasa iri, tidak suka, merasa kurang, atau justru merasa tertantang untuk menyamai atau mengungguli yang mereka lihat.

Hal tersebut dikarenakan konten atau postingan orang lain di media sosial membuat individu merasa kurang percaya diri saat melihat pencapaian orang lain

yang dilihatnya dalam media sosial. Setiap individu selalu menampilkan sisi terbaiknya dalam sosial media sebagai upaya dalam membentuk citra diri yang menarik, sehingga sebelum individu mengunggah ke media sosial, terlebih dahulu mengedit dan memikirkan *caption* yang sesuai. Upaya individu dengan menampilkan sisi terbaik di media sosial tersebut dilakukan untuk menjaga harga dirinya.

Harga diri (*self esteem*) merupakan salah satu aspek penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Dalam *Maslow's hierarchy of needs* (Saul, 2024), *esteem need* berada pada tingkatan keempat, yang diklasifikasikan Maslow menjadi dua kategori: penghargaan terhadap diri sendiri (martabat, prestasi, penguasaan, dan kemandirian) serta kebutuhan untuk diterima dan dihargai oleh orang lain (misalnya, status atau prestise). Seseorang yang tidak dapat menghargai dirinya sendiri, akan sulit untuk menghargai orang-orang di sekitarnya, sehingga *self esteem* merupakan salah satu elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang, dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya (Srisayekti, dkk. 2015).

Self esteem menurut Coopersmith (1967), yaitu evaluasi terhadap individu yang berhubungan dengan penghargaan atas pencapaian yang dilakukan oleh dirinya dan sikap individu dalam meyakinkan diri sendiri, merasa penting, berhasil, dan berharga. Oktaviani (2019), berpendapat bahwa *self esteem* merupakan evaluasi mandiri mengenai diakui atau tidaknya kemampuan, keberartian, dan keberhasilan individu melalui sikap, interaksi, penghargaan, dan penerimaan orang lain sebagai pembanding antara dirinya dengan orang lain.

Self esteem terbagi menjadi dua golongan yaitu *self esteem* rendah dan *self esteem* tinggi. Individu yang memiliki *self esteem* tinggi akan menunjukkan sikap menerima diri sendiri, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, dan yakin akan kemampuan yang dimiliki sehingga akan memandang baik pada dirinya dan menyukai dirinya sendiri. Sedangkan individu yang memiliki *self esteem* rendah, produktivitasnya akan menurun, kurang percaya diri, dan takut terhadap tantangan baru sehingga akan memandang negatif dirinya sendiri (Bernadine & Astuti, 2024).

B. Perumusan Masalah

Mincinthon (Pratiwi, 2024), menyatakan bahwa *self esteem* sangat berpengaruh bagi individu dalam berinteraksi dengan orang lain di sekitar maupun hubungan dengan lingkungan. Di era digital, berinteraksi dengan individu lain dapat dilakukan lebih mudah melalui media sosial. Dalam penelitian Pamungkas dan Hendrastomo (2024), melalui media sosial, individu mengenal dan mengalami istilah *quarter life crisis*. Dalam fase *quarter life crisis*, individu dapat merasa dirinya terganggu dengan paparan konten yang ada di media sosial. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yani (2022), mahasiswa mengaku sering merasa cemas, tidak percaya diri, iri dan rendah hati dengan pencapaian yang telah diraih oleh orang lain khususnya teman sebayanya yang tampak sempurna di media sosial.

Penelitian tersebut selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti (2025), terhadap lima individu yang berada pada fase *quarter life crisis*

dengan latar belakang yang berbeda, seperti pekerja, perintis usaha mandiri, mahasiswa, dan *fresh graduate*. Empat dari lima individu menyatakan, mereka pernah merasa cemas dan takut akan pendapat orang lain ketika melihat postingan mengenai pencapaian seseorang yang diunggah di media sosial. Mereka menyadari bahwa dengan melakukan evaluasi terhadap diri mereka sendiri, mereka mampu untuk menghadapi perasaan cemas akibat unggahan orang lain di media sosial.

Hasil wawancara Fitri,dkk. (2024), individu dengan ketergantungan media sosial cenderung menjadi sering melakukan perbandingan diri dengan orang lain di media sosial, sehingga individu kurang puas dan tidak merasa nyaman dengan berbagai aspek dalam hidup mereka, karena melihat pencapaian orang lain di media sosial.

Menurut Festinger (Roja, 2021), perbandingan sosial (*social comparison*) merupakan proses subyektif dalam membandingkan kemampuan dan penampilan dirinya dengan orang lain yang berada di lingkungannya. Proses subyektif yaitu proses individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang mereka pilih sebagai pembanding. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi, nilai, dan tujuan pribadi individu.

Menurut Rahmadhani (2023), motif utama dari perbandingan sosial yaitu belajar dan membandingkan diri dengan orang-orang di sekitar untuk mendefinisikan diri. Kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain dalam hal prestasi akademik, penampilan fisik, atau kepuasan hidup secara

umum, dapat memicu kesulitan mengontrol emosional dan masalah kesehatan mental, seperti kemarahan dan depresi yang tidak terkendali.

Festinger (Krisanti, 2022), membagi perbandingan sosial menjadi dua sifat, yaitu ke atas (*upward*) dan ke bawah (*downward*). *Social comparison upward* merupakan sifat membandingkan diri dengan individu yang memiliki kemampuan di atas kemampuan dirinya. Sedangkan *social comparison downward* merupakan sifat membandingkan diri dengan individu yang memiliki kemampuan di bawah kemampuan dirinya. Perbandingan ke atas maupun ke bawah memiliki efek yang berbeda terhadap pemahaman individu terkait diri sendiri. Menurut Rosenberg (Asyifa, 2019), sangat memungkinkan apabila seseorang berpikir bahwa dirinya lebih unggul dibandingkan orang lain, namun terhadap beberapa standard tertentu juga dapat merasa tidak memiliki kemampuan yang memadai.

Menurut Myers dan Crowther (Roja, 2021), *upward comparison* dapat berdampak pada konsekuensi negatif, yaitu merendahkan *self esteem*, sedangkan *downward comparison* dapat berdampak pada konsekuensi positif, termasuk meningkatkan *self esteem*. Hal tersebut berbeda dengan pernyataan Damayanti (2022), individu dengan *low self esteem* akan termotivasi untuk menyamakan posisi dengan individu yang lebih baik daripada dirinya sehingga cenderung melakukan peningkatan diri. Sedangkan individu yang memiliki *high self esteem*, cenderung melakukan perbandingan dengan individu yang lebih baik daripada dirinya untuk mencari perbaikan diri.

Dari uraian inilah, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara perbandingan sosial (*social comparison*) dengan *self esteem* pada *quarter*

life crisis pengguna media sosial. Maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Adakah hubungan antara perbandingan sosial (*social comparison*) dengan *self esteem* pada *quarter life crisis* pengguna media sosial?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan Perbandingan Sosial (*Social Comparison*) dengan *Self Esteem* pada *Quarter Life Crisis* Pengguna Media Sosial.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi ilmiah khususnya terkait hubungan antara perbandingan sosial (*social comparison*) dengan *self esteem* pada fase *quarter life crisis* pengguna media sosial yang dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dan sebagai dasar pengembangan teori mengenai harga diri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Individu *Quarter Life Crisis*

Meningkatkan kesadaran individu pada fase *quarter life crisis* tentang pentingnya menjaga kesehatan mental dalam menggunakan media sosial terutama terhadap konten yang memicu perilaku *social comparison*.

b. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi dalam memahami serta menganalisis kondisi dan fenomena yang terjadi terutama berkaitan tentang hubungan antara perbandingan sosial (*social comparison*) dengan *self esteem* pada fase *quarter life crisis* pengguna media sosial.

