

## INSTAGRAM DAN KETIDAKAMANAN SOSIAL: PENGALAMAN REMAJA PEREMPUAN KELAS BAWAH DI REJANG LEBONG

M. Valiant Dwinanda<sup>1</sup>, Puji Rianto<sup>1</sup>, Genny Gustina Sari<sup>2</sup>  
<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia  
<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Riau  
Email: puji.rianto@uii.ac.id

Diterima: 1 Juli 2022; Direvisi: 1 November 2022; Disetujui: 10 Desember 2022

### Abstrak

Penggunaan Instagram di kalangan anak remaja di daerah kecil seperti Rejang Lebong akan memberikan pengalaman baru dalam kehidupan mereka. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi pengalaman remaja kelas menengah bawah dalam menggunakan media sosial Instagram di Rejang Lebong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan delapan informan dan observasi di media sosial dengan menjadi *follower* Instagram informan. Penelitian ini menemukan bahwa para informan yang menjadi subjek penelitian mempunyai pengalaman yang menyenangkan dan tidak menyenangkan ketika menggunakan Instagram. Mereka juga terlibat secara aktif dalam mengelola kesan, baik secara fisik maupun sosial. Pengelolaan kesan ini dilakukan untuk menutupi kelemahan dan kekurangan mereka.

**Kata Kunci:** Instagram, Kelas Sosial, Pengalaman, Remaja

### Abstract

*The use of Instagram among teenagers in small areas such as Rejang Lebong has provided new experiences in their lives. This research was conducted to explore the experiences of lower-class teenagers in Rejang Lebong in using Instagram. This study used a qualitative approach with phenomenological methods. Data were collected through interviews with eight participants and observations on social media by following their Instagram accounts. This study found that the informants who were the study subjects had pleasant and unpleasant experiences when using Instagram. They are also actively involved in managing impressions, both physically and socially. This impression management is done to cover their weaknesses and shortcomings.*

**Keywords:** Experience, Instagram, Social Class, Youth

## **Pendahuluan**

*We Are Social* mencatat bahwa pada April 2022 *Instagram* menduduki posisi ke-4 sebagai *platform* terbanyak yang digunakan masyarakat atau pengguna di dunia. Indonesia menjadi negara ke-4 sebagai pengguna *Instagram* di dunia dengan jumlah pengguna aktif bulanan sebanyak 99.9 juta orang (Rizaty, 2022). Total pengguna media sosial ini mungkin bervariasi di beberapa negara. Namun, ada kecenderungan bahwa *Instagram* lebih banyak digunakan oleh anak-anak remaja dibandingkan dengan lainnya (Martin et al., 2018).

Jika dilihat berdasarkan kategori usia, data *We Are Social* menyebutkan bahwa 31,6% pengguna *Instagram* di dunia merupakan kelompok umur 25-34 tahun, dan sebanyak 30,1% pengguna *Instagram* berusia 18-24 tahun (Rizaty, 2022). Data yang dipublikasikan Napoleoncat menyebutkan bahwa per Januari 2022 pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 10.175.200 orang yang mencakup 37,4% dengan mayoritas pengguna adalah perempuan (54%). Remaja dewasa (18-24 tahun) merupakan pengguna terbesar (Nurhayati-Wolff, 2022).

Berbeda dengan media sosial lainnya, *Instagram* mengandalkan gambar (visual) (Faelens et al., 2021) ataupun audio visual (Jiang dan Ngien, 2020). Oleh karena itu, para pengguna memanfaatkan fitur ini untuk menampilkan dirinya secara sempurna. Studi Trifiro (2018), misalnya, menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram* secara positif berhubungan dengan penghargaan diri yang lebih baik. Sebaliknya, studi Pedalino & Camerini (2022) menunjukkan jika intensitas *browsing* di *Instagram* cenderung mendorong apresiasi yang kurang memuaskan terhadap tubuh mereka.

Para pengguna yang mengunjungi *Instagram* akan menemukan beragam foto, di antaranya foto-foto model *fitness*, foto-foto cantik dan seksi, sampai gambar kehidupan teman-teman yang terlihat sempurna. Aktivitas ini berakibat pada “rasa kurang” yang selalu muncul terhadap penampilan diri sendiri karena ada upaya untuk terus membandingkan dirinya dengan orang lain. Jika hal itu terus terjadi, pada akhirnya akan menciptakan rasa tidak percaya diri antara para pengguna. Beberapa penelitian mengindikasikan masalah-masalah ini, yakni kecemasan dan rasa tidak aman (Jiang & Ngien, 2020; Martin et al., 2018) dan tidak percaya diri karena praktik-praktik *bullying* (Geofani, 2019; Ramadhany & Putri, 2021).

Aplikasi Instagram bisa diterima dengan mudah karena banyak fitur menarik di dalamnya, dan inovasi-inovasi fitur yang terus berkembang sehingga tidak membuat jenuh para penggunanya. Semakin dalam pengetahuan para pengguna terhadap fitur Instagram maka pemanfaatan Instagram juga semakin beragam. Seiring waktu, Instagram mulai berkembang (Sakti & Yulianto, 2013). Jika pada awalnya, Instagram hanya sebatas sebagai media untuk saling berkomunikasi, tetapi kemudian fitur-fiturnya berkembang menjadi media yang menyediakan berbagai informasi, baik informasi mengenai ilmu pengetahuan umum hingga kejadian yang sedang *viral* (Maulana et al., 2019)

Di kalangan remaja, Instagram dianggap sebagai media sosial yang mampu memenuhi berbagai macam kebutuhan seperti kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan berkhayal. Melalui akun Instagram para remaja ini dapat dengan leluasa membuka identitas personal mereka, sesuatu yang ingin mereka perlihatkan kepada dunia (Prihatiningsih, 2017).

Sakti dan Yulianto (2013) mengatakan bahwa perkembangan di dunia siber menawarkan tempat bagi penggunanya agar bisa berinteraksi di lingkungan sosial yang lebih luas, tidak terhalang jarak dan waktu. Di sisi lain, sifat partisipatif media sosial seperti YouTube ataupun Instagram telah memungkinkan para pengguna menampilkan dirinya di media sosial. Dapat diasumsikan, anak-anak dengan modal sosial dan ekonomi lebih besar tentu mempunyai peluang untuk menampilkan dirinya secara lebih luas dibandingkan dengan anak-anak dengan modal sosial dan ekonomi terbatas. Sebagaimana dikemukakan Bourdieu (1991), modal ekonomi merupakan kekuatan yang paling mudah untuk ditransformasikan ke dalam kekuatan-kekuatan lainnya, termasuk kekuatan simbolik. Sebagai ilustrasi, remaja yang berasal dari ekonomi menengah atas (kelas atas), biasa memamerkan kekayaan orang tua mereka seperti mobil *sport*, jam tangan Rolex, atau barang mahal lainnya lewat unggahan foto atau video di Instagram (Riza, 2019). Selain memamerkan barang mahal, biasanya, remaja-remaja kalangan atas melakukan perawatan yang mahal sehingga mereka terlihat cantik dan bersih yang memungkinkan mereka untuk memamerkan lekuk tubuhnya yang seksi sehingga menimbulkan rasa tidak percaya diri bagi pengguna lainnya (Turangan, 2016). Dampak-dampak semacam ini tidak terbatas pada anak-anak kelas menengah bawah. Sebaliknya, mereka yang memiliki paras cantik sekalipun, sering kali merasa kurang dan tidak

percaya diri ketika melihat orang lain lebih cantik dari mereka. Perilaku inilah yang sering disebut sebagai perilaku *insecure* (Mu'awwanah, 2017).

Lewat ruang publik virtual ini atau yang lebih sering disebut sebagai *cyberspace* terbentuk tiga makna, yaitu sebagai basis komunikasi antar masyarakat, ruang publik dimaknai sebagai publik itu sendiri. Di sini, publik adalah aktor penting dalam proses komunikasi. Terakhir, ruang publik dimaknai sebagai agen untuk menyampaikan aspirasi dan informasi yang bersifat vertikal maupun horizontal (Jati, 2016). Perbedaan kelas sosial nyatanya terlihat dan mempengaruhi tidak hanya kualitas tampilan, tema unggahan hingga khalayak yang dituju. Mengutip Fox News, Muhammad Firman (dalam Syahputra & Rifandi, 2021) mengemukakan bahwa survei yang melibatkan 205 responden untuk menganalisis zat adiktif yang dihadirkan oleh media sosial dan perangkat-perangkat candu lainnya, menemukan bahwa sebanyak 10.558 respons terkumpul dan sebanyak 7.827 di antaranya mempunyai hasrat yang sangat tinggi untuk *log in* ke media sosial. Hasrat yang tinggi untuk *log in* di media sosial juga diiringi dengan keinginan untuk mendapat pengakuan dari lingkungan sosialnya. Pada remaja, pengakuan ini cenderung mengarah pada upaya-upaya untuk meminimalkan rasa tidak nyaman dengan kondisi yang mereka hadapi.

Usia remaja menjadi fase di mana remaja begitu bersemangat menunjukkan diri dan kebiasaan mereka tidak hanya di dunia nyata, tetapi juga di ruang digital media sosial. Remaja kalangan menengah atas tentu tidak mengalami kesulitan dalam upaya mendapat pengakuan tersebut, sementara bagi remaja dari kalangan menengah bawah, mereka harus mengelola kesan sedemikian rupa sebelum mengunggah di media sosial.

*Insecure* atau rasa tidak aman merupakan rasa takut akan sesuatu yang dipicu oleh rasa tidak puas dan tidak yakin akan kapasitas diri sendiri (Mu'awwanah, 2017). Perilaku *insecure* ini membuat para remaja menjadi minder untuk tampil di depan publik. Mereka juga memilih menciptakan “topeng” agar sisi lain yang ingin mereka sembunyikan tidak terlihat oleh orang lain. Jika tidak demikian, mereka berusaha menutupi sisi lain itu dengan melakukan sesuatu yang menurut mereka bisa membuat dirinya tampak hebat di mata orang lain (Mu'awwanah, 2017). Studi Azizan (2016) menunjukkan bahwa orang-orang yang memiliki kepercayaan diri rendah cenderung memilih mengunggah foto yang telah diedit menggunakan filter, dan ketika sedang berkumpul dan berinteraksi secara langsung di sebuah lingkungan bersama lebih

memilih diam. Keberanian berbicara dan berpendapat baru muncul di sosial media Instagram.

Rasa tidak aman itu terutama muncul karena media sosial memungkinkan para pengguna untuk melakukan komparasi secara mudah. Stapleton et al., 2017 (Jiang & Ngien, 2020) mengemukakan bahwa perbandingan sosial memberikan kontribusi bagi penghargaan diri yang rendah. Hal itu terutama disebabkan oleh penyajian informasi ideal di media sosial yang telah meningkatkan norma-norma perbandingan sosial. Oleh karena itu, semakin banyak seseorang menghabiskan waktu di media sosial, maka semakin besar dirinya untuk melakukan perbandingan dengan orang lain. Mereka percaya bahwa kehidupan orang lain lebih sukses dan bahagia sehingga mengurangi sedemikian rupa rasa percaya diri.

Dalam konteks Instagram, dampak-dampak perbandingan itu semakin kuat karena sifatnya yang audio visual. Jiang dan Ngien (2020) mengemukakan bahwa konten visual menciptakan bentuk-bentuk impresi yang lebih kuat. Artinya, bahwa kesan orang lain lebih cantik, lebih bahagia, dan beruntungnya akan lebih kuat dibandingkan dengan, misalnya, Facebook, atau Twitter yang lebih mengandalkan kata-kata. Yang et al., 2018 (Jiang & Ngien, 2020) mengemukakan bahwa sebagai media foto dan *video sharing*, para pengguna Instagram dihadapkan pada kesempatan yang berlimpah untuk menampilkan dirinya, yang secara bersamaan mungkin meningkatkan perbandingan sosial bagi pemirsa lainnya. Studi Jiang dan Ngien (2020) menunjukkan bahwa perbandingan sosial meningkatkan kecemasan sosial (*social anxiety*). Perbandingan memicu respons psikologis, dan perbandingan secara signifikan juga menurunkan penghargaan diri (*self-esteem*).

Remaja perempuan umumnya cenderung mengutamakan penampilan fisik dibandingkan remaja laki-laki. Bagi remaja perempuan, penampilan fisik yang menarik menjadi modal sosial dalam upaya mendapatkan pengakuan diri khususnya dari lawan jenis. Remaja perempuan juga memiliki kecenderungan untuk melebih-lebihkan ukuran tubuh, mengekspos bagian tubuh tertentu yang dianggap menarik seperti dada, wajah, bibir, dan bokong (Santikawati, 2021).

Dalam kehidupan masyarakat modern, pengalaman manusia hampir sebagian besar termediasikan melalui beragam media (Grossberg et al., 2006). Dalam kaitan ini, media sosial tidak hanya memfasilitasi sedemikian rupa hubungan-hubungan manusia

(Fuchs, 2014; Van Dijck, 2012, 2013), tetapi juga memberikan pengalaman-pengalaman baru (Harrison et al., 2017). Menguatnya pengaruh media sosial di kalangan remaja dan terutama Instagram telah banyak mendorong penelitian di antara ilmuwan sosial. Jiang & Ngien (2020) telah mengkaji dampak penggunaan Instagram terhadap kecemasan di kalangan anak remaja. Survei yang dilakukan terhadap 388 anak remaja menemukan bahwa penggunaan Instagram tidak secara langsung menimbulkan kecemasan, tetapi ada faktor-faktor perantara seperti penghargaan diri. Rahardjo et al. (2020) mengkaji bagaimana pemenuhan kebutuhan media sosial Instagram menciptakan adiksi di kalangan remaja. Para peneliti lainnya mengkaji *cyberbullying* (Geofani, 2019; Martin et al., 2018), dampak media sosial terhadap isu-isu moralitas dan etika (Fahrimal, 2018; Rao & Lingam, 2020; Rianto, 2021; Tamborini et al., 2013), dampak-dampak penggunaan Instagram dalam mendorong perbandingan sosial, warna kulit dan kesehatan mental (Sharma et al., 2022), dampak media sosial pada kesehatan mental dan kepercayaan diri (Shin et al., 2017; Trifiro, 2018), pengungkapan diri (Rosemary et al., 2022) ataupun penggunaan Instagram dalam pemasaran perusahaan melalui *story telling* (Saudah, Mariani & Amalia, 2022).

Dari banyak penelitian yang telah diulas, belum ada penelitian yang secara sungguh-sungguh mengkaji para pengguna media sosial dengan memfokuskan pada pengalaman-pengalaman pengguna terutama untuk remaja kelas bawah. Padahal, fenomena penggunaan media sosial seperti Instagram akan jauh lebih kaya jika diinvestigasi berdasarkan pengalaman-pengalaman para pengguna, dan bukan hanya menyangkut dampak ataupun penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada pengalaman remaja kelas menengah bawah dalam penggunaan sosial media Instagram dan bagaimana hal itu memberikan implikasi bagi kepercayaan diri. Kajian ini penting dilakukan bukan saja bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram telah memberikan bentuk-bentuk hubungan dan pengalaman sosial baru, tetapi variabel-variabel kelas bawah yang sangat kurang mendapatkan perhatian. Padahal, pengalaman-pengalaman setiap individu akan sangat ditentukan oleh posisi-posisi kelas mereka dalam masyarakat. Kajian Zhou (Zhou, 2011), misalnya, menyimpulkan bahwa perluasan sumber daya tidak hanya melekat pada stratifikasi sosial, tetapi juga berpotensi mereproduksi dan melanggengkan logika sistematis stratifikasi sosial. Kasta

dan kelas sosial juga memengaruhi gagasan budaya di media sosial (Verma, 2021). Dengan memfokuskan analisis pada pengalaman kelas bawah dalam menggunakan Instagram, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan penting bagi kajian-kajian media di Indonesia yang belum banyak memberikan perhatian pada kelas sosial bawah dalam menggunakan Instagram. Fokus pada kelas bawah karena didasari pada argumen bahwa kelas sosial bawah mempunyai sumber daya yang lebih sedikit sehingga pengalaman mereka dalam menggunakan Instagram lebih jauh lebih menarik untuk dikaji terutama karena sifat uniknya. Instagram fokus pada gambar dan video sehingga memungkinkan mempunyai pengaruh yang lebih penting terkait dengan kesejahteraan dan kecemasan psikologis (Faelens et al., 2021).

### **Metode Penelitian**

Dalam filsafat dan ilmu sosial, usaha untuk mengkaji pengalaman disebut sebagai fenomenologi. Merujuk Husserl, fenomenologi adalah filsafat yang mengkaji kesadaran manusia (Hasbiansyah, 2005). Alfred Schutz mengatakan bahwa pemaknaan terjadi melalui proses penginderaan (pengalaman inderawi) yang kemudian bertemu dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya dan melalui interaksi dengan orang lain (Hasbiansyah, 2005).

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Creswell (2013) menyatakan bahwa studi fenomenologis sebagai “pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena”. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dari Moustakas (1994) yang biasa disebut fenomenologi transendental atau psikologis. Fenomenologi transendental kurang berfokus terhadap penafsiran peneliti, tetapi memiliki fokus pada deskripsi para Informan tentang pengalaman mereka mengenai fenomena yang diangkat. Dalam penelitian ini, metode fenomenologi digunakan untuk mengetahui pengalaman-pengalaman para remaja kelas menengah bawah dalam menggunakan Instagram yang dihubungkan dengan kepercayaan diri mereka. Oleh karena penelitian ini menekankan pada pengalaman, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, yang ditekankan adalah kedalaman analisis dengan menekankan pada konteks.

Data penelitian dikumpulkan selama bulan November 2020 sampai Februari 2021. Lokasi yang menjadi tempat pengambilan data adalah Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Pertimbangan lokasi penelitian bahwa di kabupaten tersebut jumlah remaja cukup banyak, dan cenderung berada di kelas menengah bawah. Namun, sebagaimana layaknya di kota-kota lain, penggunaan media sosial sangat tinggi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan melalui observasi terlibat di media sosial.

Informan penelitian ditentukan secara *Snowball Sampling*. Melalui *Key Informan* (GA), peneliti menelusuri remaja perempuan di Rejang Lebong yang diketahui melakukan pengelolaan kesan dalam menggunggah kegiatan dan aktivitas mereka di Instagram. Keseluruhan informan penelitian ini adalah siswi perempuan dengan rentang usia 16-18 tahun. Keseluruhan informan ini dimaksudkan karena beberapa kajian menunjukkan bahwa remaja perempuan lebih terpengaruh pada tubuh dan penampilan di media sosial (Jung et al., 2022; Maes & Vandenbosch, 2022) sehingga sangat menarik ketika dikaitkan dengan Instagram yang sifatnya lebih audio visual. Informan yang diwawancarai sebanyak delapan orang.

Tabel 1. Daftar Informan

<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>
Informan 1 (NA)	Perempuan	17 Tahun
Informan 2 (ID)	Perempuan	17 Tahun
Informan 3 (RW)	Perempuan	17 Tahun
Informan 4 (DK)	Perempuan	16 Tahun
Informan 5 (MK)	Perempuan	16 Tahun
Informan 6 (ZR)	Perempuan	16 Tahun
Informan 7 (RD)	Perempuan	16 Tahun
Informan 8 (GA: <i>Key Informan</i> )	Perempuan	18 Tahun

Dalam penelitian ini, kelas sosial bawah didefinisikan dengan ukuran-ukuran dimana terdapat beberapa indikator dalam menentukan kelas sosial, yaitu uang saku dan kendaraan yang digunakan ke sekolah. Dalam penelitian ini, kelas menengah bawah

ketika uang saku siswa berada di bawah Rp. 1.000.000,00 dan ke sekolah dengan menggunakan kendaraan umum.

Untuk mengidentifikasi pengalaman pengguna dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan tahapan analisis (Creswell, 2015). Analisis akan mencakup beberapa langkah, yakni mendeskripsikan pengalaman para remaja kelas bawah ini ketika menggunakan Instagram, membuat dan mengelompokkan pernyataan-pernyataan penting yang dikemukakan informan selama wawancara, mendeskripsikan pengalaman-pengalaman itu yang menyangkut dua hal, yakni apa yang dialami dan bagaimana mereka mengalaminya, dan yang terakhir adalah menulis gabungan di antara keduanya. Dari paparan ini, kemudian ditarik esensi dari pengalaman informan.

Untuk menjaga validitas data, hasil-hasil wawancara dianalisis silang dengan hasil observasi terlibat di media sosial. Hasil wawancara dicari buktinya dari hasil partisipasi observasi di media sosial sehingga pernyataan-pernyataan informan selama wawancara dapat dilihat apakah konsisten atau bertentangan dengan observasi di media sosial. Sebagai ilustrasi, ketika informan mengatakan tidak aman, maka dilihat atau dicari unggahan yang bersangkutan untuk mendukung pernyataan tersebut. Hasil-hasil yang konsisten dideskripsikan secara detail.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pengamatan dan wawancara lapangan menunjukkan para informan terlibat dalam pengelolaan kesan di media sosial. Kesan yang berusaha ditampilkan adalah remaja manja dan menarik. Para informan dalam penelitian ini mengakui bahwa dengan melakukan pengelolaan kesan tersebut, banyak pengalaman komunikasi yang menyenangkan yang mereka alami seperti pujian yang diterima hingga ajakan berkenalan dan pertemanan, baik dari lawan jenis maupun sesama perempuan.

Rasa tidak nyaman dan tidak aman menjadi momok menakutkan bagi para informan penelitian ini jika mereka harus mengungkap jati diri mereka sesungguhnya sebagai remaja perempuan kelas bawah. Rasa tidak nyaman dan tidak aman ini membuat proses pengelolaan kesan yang dilakukan mengacu pada remaja perempuan kelas menengah ke atas. Pengelolaan kesan ini dilakukan melalui proses imitasi terhadap tampilan fisik yang meliputi gaya berpakaian, gaya berdandan, pose saat berfoto, dan sebagainya. Sementara itu, dari segi lingkungan sosial, remaja perempuan

kelas bawah akan mengimitasi lokasi tempat nongkrong remaja perempuan kelas menengah ke atas, barang-barang yang digunakan hingga jenis makanan dan minuman. Semua ini bertujuan untuk memperoleh pengakuan sebagai perempuan yang cantik dan menarik, khususnya bagi lawan jenis mereka. Seperti diungkapkan ID,

*“..kalau ngga gitu (mengelola kesan) ya ngga ada mas yang mau liat kita... banyak kok temen-temen saya yang juga gitu, bukan saya aja... akhirnya dapat pacar ganteng dan kaya hehehe...”* (ID, wawancara, 17 Februari 2021)

Secara umum, pengalaman bermedia sosial remaja menengah bawah di Kabupaten Rejang Lebong dapat dibedakan ke dalam dua bagian besar, yakni pengalaman menyenangkan dan pengalaman yang tidak menyenangkan. Pengalaman tidak menyenangkan terutama berasal dari munculnya rasa tidak aman (*insecure*) terutama ketika harus membandingkan dirinya dengan unggahan anak-anak remaja kelas menengah atas. Namun, perbandingan kondisi mereka dengan anak-anak kelas menengah atas juga menghasilkan kesenangan-kesenangan, yakni ketika mereka mampu meng-*copy* prestasi, unggahan, dan bakat remaja kelas atas sehingga mendapatkan komentar positif *followers* mereka di Instagram. Beberapa komentar yang menyenangkan dan mendatangkan kegembiraan di antaranya adalah komen seperti “*wah... makin cantik aja sekarang..*” atau “*keren... “* dan berbagai komentar positif lainnya.

Di sisi lain, komentar yang bernada negatif seperti “*caper (cari perhatian)*”, “*norak*” hingga pernyataan-pernyataan yang mengkritik fisik mereka seperti “*jelek aja belagu..*” dan “*ngaca dulu donk..*” merupakan komentar-komentar yang menjadi pengalaman yang tidak menyenangkan seperti yang diungkapkan informan MK kepada peneliti,

*“Ngga semua komen memuji mas, ada juga yang menghina dan mencaci biasanya yang tahu gimana kondisi ekonomi keluarga saya hehe tapi ya saya ngga peduli”* (MK, wawancara, 23 Februari 2021)

Keseluruhan pengalaman itu baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan bersifat verbal ataupun nonverbal. Pengalaman-pengalaman menyenangkan dan tidak menyenangkan dalam bentuk nonverbal muncul dalam bentuk *emoticon* yang dikirimkan di kolom komentar mereka. *Emoticon* berbentuk hati, *smile*, acungan jempol hingga *sticker-sticker* tertentu yang bermakna positif menjadi pengalaman yang menyenangkan bagi remaja menengah bawah ini. Sebaliknya, *emoticon* jempol ke

bawah, wajah mengejek, hingga *sticker-sticker* yang bermakna negatif menjadi pengalaman tidak menyenangkan.

Pengalaman informan pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua, yakni positif dan negatif. Pengalaman negatif terutama disebabkan oleh kelangkaan modal sosial yang mereka miliki sehingga mengurangi kemampuan mereka untuk tampil lebih meyakinkan dan percaya diri. Dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih menonjolkan gambar dan video (Trifiro, 2018) sehingga kecantikan, bentuk tubuh ideal, dan beragam unggahan beragam akan sangat ditentukan oleh gambaran mereka. Dalam media yang lebih menonjolkan visual seperti Instagram, mengesankan secara visual lebih utama dibandingkan dengan lainnya sehingga banyak pengguna menggunakan filter sebelum mengunggah foto mereka (Pedalino & Camerini, 2022). Namun, keterbatasan modal sosial membuat mereka kesulitan menandingi rekan-rekan mereka yang memiliki modal sosial lebih baik. Akibatnya, terpaan Instagram cenderung menciptakan rasa tidak aman dan ketidakpercayaan diri di antara mereka. Hal itu terutama disebabkan oleh “rasa kurang” atas kondisi mereka ketika dibandingkan dengan rekan-rekan mereka yang lebih beruntung. Dari banyak konten yang ada di Instagram tersebut, para pengguna Instagram mempunyai beragam pengalaman yang dapat direduksikan ke dalam beberapa tema, yakni iri (terutama berhubungan dengan bakat dan prestasi), penutupan diri, *overthinking*, dan kecintaan terhadap diri sendiri.

### ***Iri dan Tidak Percaya Diri***

Perasaan iri menggambarkan sesuatu diinginkan para informan seperti bakat orang lain, tapi tidak mereka miliki. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan iri sebagai “perasaan tidak senang ketika melihat kelebihan orang lain”. KBBI daring mendefinisikan keirian sebagai “kecemburuan melihat kelebihan orang lain.” Rasa iri muncul terutama karena kekurangmampuannya untuk mengejar kelebihan-kelebihan orang lain, terutama karena penampilan mereka di Instagram. Informan NA, misalnya, menyatakan rasa iri terutama muncul karena unggahan rekan mereka di Instagram yang tidak hanya berisi foto-foto *selfie* diri mereka sendiri, tetapi juga unggahan atas capaian-capaian mereka. Ini telah menciptakan rasa tidak percaya diri informan, sebagaimana ia kemukakan,

*“Teman saya mendapat predikat putra-putri daerah, momen kemenangan tersebut ia bagikan di Instagram-nya. Saya juga ingin seperti itu, tapi tidak percaya diri.”* (NA, wawancara, 27 Februari 2021)

Menjadi putra-putri daerah tidaklah mudah. Mereka harus dikarunia wajah yang cantik atau tampan sebagaimana pengalaman yang selama ini terjadi dalam banyak kasus pemilihan putra putri daerah. Namun, syarat ini saja tidaklah cukup. Mereka harus mempunyai prasyarat-prasyarat lain seperti prestasi di sekolah, kemampuan berbahasa, penguasaan pengetahuan umum, dan sebagainya (Carolina, 2019). Sering kali, syarat dan prestasi semacam ini tidak dimiliki oleh remaja kelas bawah yang tidak memungkinkannya untuk berpartisipasi dalam acara semacam itu. Ketiadaan modal yang cukup untuk mengejar prestasi membuat keirian menghinggapi beberapa informan lainnya. Informan ID mengungkapkan bahwa ia merasa iri terhadap orang-orang yang berprestasi di bidang pendidikan, ia menganggap orang-orang tersebut sangat keren. Bahkan, ia sampai menangis karena ingin menjadi seperti orang itu seperti diungkapkannya,

*“saya mau juga punya prestasi mas, kadang saya iri sampe nangis duh.. pengen banget beneran punya barang-barang bagus, punya prestasi bagus, punya wajah cantik terawat gitu.”*(ID, wawancara, 17 Februari 2021)

Ketidakmampuan mengejar teman-teman mereka yang berprestasi dan berbakat, pada akhirnya tidak hanya menciptakan rasa iri, tetapi juga ketidakpercayaan diri yang meluas. Sebagaimana dikemukakan Informan RW,

*“Saya menjadi tidak percaya diri ketika melihat orang yang lancar berbahasa inggris, saya ingin juga menjadi seperti mereka tapi tidak bisa.”* (RW, wawancara, 3 Februari 2021)

Rasa tidak percaya diri atau minder itu tidak hanya terjadi ketika berhadapan dengan orang-orang yang mengunggah prestasinya, tetapi juga dengan orang-orang yang memiliki bakat hebat yang lebih dari dirinya seperti bermain musik ataupun gitar.

Instagram memberikan ruang yang cukup besar bagi setiap pengguna untuk menampilkan diri mereka, dan ini membuka kesempatan bagi mereka untuk membandingkan diri dengan pengguna lainnya. Sebagaimana dikemukakan Jiang & Ngiem (2020), semakin tinggi penggunaan Instagram akan mendorong para pengguna untuk membuat perbandingan sosial, di antaranya adalah warna kulit, warna rambut, dan sebagainya. Sifat lebih visual Instagram membuat perbandingan yang sifatnya fisik

lebih besar dibandingkan dengan lainnya. Oleh karena itu, menjadi tidak mengherankan jika para informan fokus membandingkan fisik yang mereka miliki dengan fisik orang lain yang dilihat di Instagram. Informan DK memberikan jawaban sebagai berikut,

*“Saya suka insecure terhadap fisik saya, ketika melihat postingan orang yang cantik di Instagram. Hal itu membuat saya merasa minder dan malas untuk melihat postingan serupa”* (DK, wawancara, 5 Februari 2021)

Kebanyakan orang sering membandingkan kekurangan mereka dengan kelebihan orang lain. Banyak orang yang mengunggah potret dari lekuk tubuhnya atau memperlihatkan wajah cantiknya untuk menarik perhatian pengguna lain di sosial media Instagram. Orang-orang yang melihat unggahan itu ada yang termotivasi untuk mendapatkan fisik seperti itu, tetapi banyak juga yang merasa iri dan menjadi tidak percaya diri ketika melihat unggahan tersebut. Informan ZR menceritakan pengalamannya,

*“Saya menjadi tidak percaya diri ketika melihat postingan Instagram orang yang memiliki body goals. Mereka terlihat cocok memakai baju apa saja, sedangkan saya sudah pasti tidak cocok”* (ZR, wawancara, 6 Februari 2021)

Dia juga menjelaskan bahwa sering melihat unggahan tentang *fashion* dan melihat orang-orang yang menjadi model pakaian di konten tersebut memiliki badan ideal. Hal tersebut membuat ia menjadi suka membandingkan tubuhnya dengan model toko pakaian. Dia merasa dirinya tidak cocok memakai pakaian seperti yang dikenakan sang model karena bentuk tubuhnya yang ia rasa tidak ideal.

Kecantikan menjadi nilai lebih untuk ditunjukkan bagi wanita, tetapi sekaligus menjadi sumber ketidakamanan sosial. Para informan merasa tidak percaya diri ketika sedang berada dalam kondisi muka yang kurang baik. Hal ini dikonfirmasi oleh pernyataan Informan 6, “Terkadang saya merasa tidak percaya diri ketika wajah saya sedang berjerawat, apalagi kalau melihat unggahan iklan *skincare* yang wajah modelnya mulus malah membuat saya merasa minder.” Informan 8 juga menambahkan bahwa ia sering merasa tidak percaya diri ketika melihat wanita-wanita cantik dan memiliki foto-foto yang bagus.

### ***Penutupan Diri***

Penutupan diri adalah dampak lanjutan dari rasa tidak percaya diri. Komentar-komentar negatif yang diterima para informan di Instagram mereka terkadang

mendatangkan perasaan sedih, tertekan dan murung. Beberapa informan mengaku akan memblokir akun yang kerap memberikan komentar negatif di unggahan mereka atau menonaktifkan kolom komentar sehingga tidak ada komentar apa pun yang bisa diterima. Hal ini diungkapkan oleh RD dalam wawancaranya dengan peneliti,

*“komentar negatif itu lama-lama mengganggu saya mas, bikin stress jadi saya blokir saja akunnya. Atau kalau udah banyak banget komentar negatif di satu postingan ya saya nonaktifkan komentarnya.. jadi ngga perlu baca komentar negatif gitu deh.”* (RD, wawancara, 7 Februari 2021)

Informan NA mengungkapkan,

*“saya paling sering blokir akun yang suka kasih komen negatif ke saya mas, karena nyakitin hati gitu, bikin saya nangis dan stress, makin ngga percaya diri.”* (NA, wawancara, 27 Februari 2021)

Komentar-komentar negatif yang para informan penelitian ini terima sedikit banyak mempengaruhi suasana hati dan mental remaja perempuan tersebut. Pada fase tertentu, dia memilih untuk menghentikan sementara waktu untuk mengunggah diri di Instagram seperti yang diungkapkan ZR,

*“kadang-kadang ada masanya saya lagi gga mood mas, jadi baca komen negatif itu bikin saya down ya mas.. ya udah saya ngga posting-posting dulu untuk sementara waktu sampai mood saya balik lagi”* (ZR, wawancara, 6 Februari 2021)

Dalam keadaan dimana sedang tidak percaya diri, seseorang biasanya cenderung lebih memilih untuk tidak bertemu dengan orang lain terlebih dahulu karena merasa tidak cukup baik untuk berhadapan dan bersosialisasi dengan orang sekitar. Terkadang, orang itu juga merasa tidak cukup baik untuk dilihat orang-orang. Informan 5 menyatakan, “Saya lebih memilih untuk tidur saja di rumah ketika sedang *insecure* sebab biasanya *mood* berantakan. Jadi, lebih baik untuk tidak kemana-mana.” Informan 4 juga menambahkan, “Ketika sedang tidak percaya diri, saya hanya berdiam diri di kamar dan tidak keluar seharian.”

Selain dengan cara berdiam diri di kamar atau rumah, para informan juga menutup diri secara *virtual* dengan cara menon-aktifkan sementara akun Instagram-nya atau mengarsipkan foto dan video yang mereka unggah. Informan 4 mendeskripsikan, “Ketika sedang merasa *insecure* maka saya akan *deactive* dari Instagram. Saya juga akan menjadi kurang aktif dan jarang mengunggah foto di Instagram.” Informan 7 juga

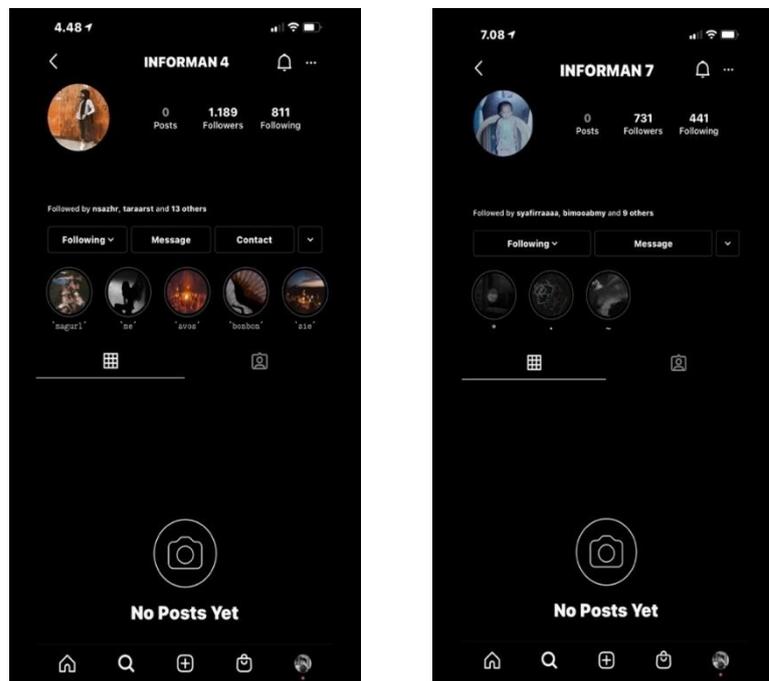
menyatakan ketika tidak percaya diri maka akan menon-aktifkan sosial media atau mengarsipkan foto dan video yang ada.

Ketika sedang merasa tidak percaya diri, para informan sepakat menutup diri dan menjauhi semua penyebab perasaan tersebut. Salah satu penyebab timbulnya perasaan tidak percaya diri adalah unggahan Instagram sehingga menon-aktifkan akun atau mengarsip foto dan video adalah salah satu solusi menurut mereka paling baik. Hal ini diungkapkan informan DK,

*“kalau lagi stress dengan komen negatif saya suka arsipin aja mas semua postingan saya, nanti kalo udah enakan hati saya baru saya tampilkan lagi postingan itu. Hehehe.”* (DK, wawancara, 5 Februari 2021)

Gambar 1 menunjukkan tangkapan layar dari akun Informan DK dan Informan RD yang sedang mengarsipkan semua unggahan mereka di Instagram. Berdasarkan pernyataan Informan DK dan Informan RD, tindakan ini merupakan indikator di mana mereka sedang merasa tidak percaya diri. Informan NA menambahkan,

*“Biasanya dampak dari ketidakpercayaan diri itu adalah menutup diri dengan cara tidak memposting story dan foto.”*(NA, wawancara, 27 Februari 2021)



Gambar 1. Pengarsipan Informan atas Unggahan di Instagram

### ***Overthinking***

*Overthinking* merupakan dampak rasa tidak percaya diri yang dirasakan para Informan. Seseorang yang *overthinking* akan berpikiran negatif dan banyak menghabiskan waktu untuk memikirkan sesuatu secara berlebihan sehingga dapat merugikan dirinya sendiri. Orang yang sedang *overthinking* juga akan membuat sesuatu yang awalnya mudah menjadi rumit sehingga dianggap tidak efektif dalam menyelesaikan masalah (Chalid, 2020).

Informan DK, MK dan ZR menyatakan bahwa dampak ketidakpercayaan diri akibat unggahan Instagram orang adalah menjadi *overthinking*. MK mengatakan,

*“Ketika sedang merasa tidak percaya diri, saya malah menjadi overthinking. Saya akan berpikir kenapa saya tidak bisa begini atau tidak bisa begitu, dan pemikiran tersebut datang terus menerus.”* (MK, wawancara, 23 Februari 2021)

*Overthinking* ini juga menyebabkan kondisi emosi yang tidak stabil karena menjadi mudah tersinggung karena segalanya menjadi dianggap serius, dan mendorong untuk dipikirkan secara terus-menerus. Namun, *overthinking* tidak hanya terjadi ketika menyikapi unggahan orang lain. Sebaliknya, keinginan untuk tampil sempurna di Instagram juga mendorong informan untuk memikirkan terlalu berlebihan apa yang hendak ia unggah. Dalam hal ini, informan NA menyatakan bahwa dia justru merasa *overthinking* ketika ingin mengunggah foto atau video di Instagram.

*“Ketika mau posting sesuatu, saya malah kepikiran. Konten yang ingin saya bagikan tersebut akan saya perhatikan terus-menerus, bahkan ketika sudah terposting saya berulang kali berpikir apakah ada yang salah atau kurang dari konten tersebut.”* (NA, wawancara, 27 Februari 2021).

Bukan hanya itu, ia juga memikirkan bagaimana pendapat orang lain tentang unggahannya. Apakah unggahannya akan menimbulkan rasa suka yang berujung pada *like* atau justru sebaliknya. Unggahan itu akan menimbulkan hujatan.

### ***Menerima Diri***

Komparasi sosial terhadap unggahan orang lain telah menimbulkan rasa tidak percaya diri di hampir semua informan. Namun, ini tidak berarti bahwa mereka tidak berusaha mencari cara mengatasi ketidakpercayaan diri itu. Beberapa informan menceritakan bahwa salah satu cara mereka mengatasi masalah ketidakpercayaan diri dengan cara lebih bersyukur dan lebih mencintai diri. Cara ini dilakukan di antaranya

dengan mengucapkan kata-kata yang positif pada diri sendiri (informan MK), bersyukur dan menerima apa adanya (informan RW).

Informan NA dan ID menceritakan bahwa ia melakukan hal-hal yang ia senangi sebagai bentuk mencintai diri sendiri, misalnya, setelah berfoto maka dia akan memuji hasil fotonya tersebut (NA, wawancara pribadi, 27 Februari 2021). Informan ID menambahkan,

*“Waktu saya merasa tidak percaya diri, saya memberikan pujian kepada diri saya sendiri dan mengakui apa yang saya punya sekarang. Saya juga membuang pikiran negatif dan memikirkan kelebihan-kelebihan yang saya punya lalu mencoba untuk menonjolkan kelebihan tersebut.”* (ID, wawancara, 17 Februari 2021).

Tabel 2. Pengalaman Remaja Menengah Bawah di Rejang Lebong dalam Menggunakan Instagram dalam Bentuk Verbal

<b>Pengalaman Menyenangkan dalam Bentuk Verbal</b>	<b>Pengalaman Tidak Menyenangkan dalam Bentuk Verbal</b>
Makin cantik aja sekarang	Jelek aja belagu
Keren	Ngaca dulu donk
Kreatif	Norak & caper
Inspiratif	Pansos (panjat sosial) bisanya <i>niru-niru</i>

Tabel 3. Pengalaman Remaja Menengah Bawah di Rejang Lebong dalam Menggunakan Instagram dalam Bentuk Non Verbal

<b>Pengalaman Menyenangkan dalam Bentuk Non Verbal</b>	<b>Pengalaman Tidak Menyenangkan dalam Bentuk Non Verbal</b>
😊	👎
👍	🙄 M
❤️	😞 👎
😊	

Tabel 4. Dampak Atas Pengalaman Menyenangkan dan Kurang Menyenangkan

<b>Pengalaman Menyenangkan dalam Bentuk Non Verbal</b>	<b>Pengalaman Tidak Menyenangkan dalam Bentuk Non Verbal</b>
Menerima Diri	Iri dan tidak percaya diri
	Penutupan Diri
	<i>Overthinking</i>

Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh remaja perempuan di Rejang Lebong melalui akun Instagram mereka merupakan bentuk manifestasi akan kebutuhan untuk diakui, dipandang, dan dianggap menarik sebagai perempuan remaja. Pengakuan diri yang terbentuk lewat unggahan di akun Instagram para informan setidaknya menandai realitas sosial di masyarakat saat ini, yaitu bahwa eksistensi di dunia nyata tidaklah cukup bagi remaja perempuan, pengakuan dari dunia maya dianggap sebagai kebutuhan baru dalam pemenuhan jati diri mereka. Pengelolaan kesan yang dilakukan di media sosial Instagram merupakan upaya menutupi kekurangan dan kelemahan mereka sebagai remaja perempuan, baik dari segi fisik, ekonomi dan kelas sosial. Kebahagiaan dan pengalaman komunikasi menyenangkan yang mereka dapatkan melalui komentar positif meningkatkan kepercayaan diri mereka sementara pengalaman komunikasi tidak menyenangkan diterima sebagai bentuk pembunuhan karakter.

Dalam konteks penelitian ini, pengguna yang berasal dari kelas menengah bawah dengan pengguna lainnya, terutama dari kelas menengah atas. Perbandingan itu menyulut kecemburuan sosial. Pengguna media sosial jauh lebih mungkin mengalami kecemburuan sosial sebagai akibat dari teori perbandingan sosial (Sharma et al., 2022). Kecemburuan sosial ini ditunjukkan dalam bentuk-bentuk munculnya perasaan iri yang berujung pada rasa tidak percaya diri. Iri dan rasa tidak percaya diri kemudian berujung pada tindakan ikutan lainnya dalam bentuk menutup diri dari interaksinya dengan yang lain, dan munculnya pikiran yang berlebihan atau *overthinking*. Situasi ini pada akhirnya menciptakan rasa tidak aman (*insecure*) yang luas di antara mereka. Kondisi-kondisi semacam itu terjadi terutama karena mereka membuat komparasi sosial (*social comparison*) dengan pengguna lainnya. Perbandingan itu mencakup fisik ataupun non fisik. Perbandingan fisik terutama dilakukan terhadap para pengguna lainnya yang memiliki *body goals*. Para informan juga menyatakan rasa iri terhadap kecantikan orang lain yang mereka lihat di Instagram. Ini terutama karena dilatarbelakangi oleh hasrat remaja dalam menggunakan media sosial untuk selalu ingin terlihat baik dan menampilkan citra konsep diri yang ideal pada profil akun sosial media mereka. Akibatnya, ketika harapan-harapan tidak dapat direalisasikan dengan baik maka muncul rasa tidak percaya diri dan ketidakamanan sosial.

Dengan hasil penelitian sebagaimana telah dipaparkan di atas, penelitian ini memperkuat beberapa penelitian sebelumnya (Azizan, 2016; Felita et al., 2016;

Maulana et al., 2019; Ranjani & Fauzi, 2018) yang menemukan bahwa media sosial menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepercayaan diri remaja. Dalam hal ini, konten di Instagram dan komentar-komentar yang diberikan pengguna lain memengaruhi tingkat kepercayaan diri pengguna. Apabila pengguna mendapatkan *feedback* positif, maka rasa percaya diri akan meningkat dan pengguna merasa bahagia. Sebaliknya, bila pengguna mendapatkan *feedback* negatif, maka mereka akan merasa tidak percaya diri dan cenderung menutup diri dari sosial media yang mereka gunakan. *Feedback* positif ketika menggunakan Instagram menimbulkan perasaan senang. Ini pada akhirnya akan mendorong rasa percaya diri mereka. Dalam kaitan ini, Instagram menjadi sarana untuk mencari karakteristik dan perkembangan antar remaja, dimana media sosial tersebut dapat membangun rasa percaya diri untuk bergaul dengan remaja lainnya (Maulana et al., 2019).

Berkurangnya rasa percaya di antara remaja hingga menutup diri sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian ini terjadi karena para pengguna melakukan perbandingan sosial terhadap pengguna lainnya. Seperti ditunjukkan oleh Jiang dan Ngien (2020), semakin lama seseorang menggunakan media sosial maka semakin besar kemungkinannya untuk melakukan perbandingan diri. Perbandingan diri inilah yang membuat rasa percaya diri semakin rendah karena menganggap bahwa kehidupan orang lain lebih baik dibandingkan dengan dirinya. Selain itu, sebagaimana ditunjukkan Sharma et.al., komparasi sosial juga menunjukkan ketidakamanan atau kecemasan sosial yang tinggi. Sharma et.al. (Sharma et al., 2022), dalam studinya di India menunjukkan bahwa anak-anak muda lebih cenderung melakukan perbandingan sosial dibandingkan dengan usia lainnya.

Hasil penelitian ini tidak diragukan memperkuat penelitian Sharma di India. Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, pengalaman-pengalaman kurang menyenangkan yang ditunjukkan informan penelitian ini merupakan hasil perbandingan diri. Ungkapan atau pernyataan, seperti “mengakui apa yang saya punya sekarang,” memikirkan kelebihan-kelebihan yang saya punya lalu mencoba untuk menonjolkan kelebihan,” (informan ID), “saya menjadi tidak percaya diri ketika melihat *postingan* Instagram” (ZR), “saya suka *insecure* terhadap fisik saya ketika melihat *postingan* orang yang cantik di Instagram” (DK), ataupun “saya ingin juga menjadi seperti mereka tapi tidak bisa (RW) adalah ungkapan-ungkapan yang lahir dari membandingkan diri.

Ungkapan-ungkapan ini memang tidak dapat disimpulkan bahwa hal itu mencerminkan kelas sosial tertentu. Meskipun demikian, beberapa ungkapan pengalaman dapat diidentifikasi dengan mudah sebagai akibat latar belakang kelas sosial mereka. Ungkapan ID, ketika menyatakan, “kadang saya iri sampe nangis duh pengen banget punya *barang-barang bagus* (penekanan dari peneliti)” atau MK ketika mengungkapkan, “kenapa saya tidak bisa begini atau tidak bisa begitu” (MK) adalah “ungkapan perbandingan”. Artinya, ungkapan tersebut muncul setelah membandingkan diri dengan pengguna lain yang mempunyai kelas sosial atau modal yang lebih tinggi. Merujuk Bourdieu (1991), setiap agen dalam lapangan sosial mempunyai berbagai modal, dan kepemilikan modal menentukan posisi sosial agen tersebut dalam lapangan sosial. Menurut Bourdieu, kekuatan sosial yang paling aktif adalah modal ekonomi yang mempunyai beragam jenis, dan lainnya adalah modal kultural, modal sosial, dan simbolis. Berbeda dengan modal ekonomi, Bourdieu mengemukakan bahwa modal kultural dapat melekat pada tubuh.

Dengan mengacu pada gagasan di atas, menjadi sangat jelas bagaimana anak-anak remaja perempuan kelas bawah di Rejang Lebong ini membangun pengalaman dirinya melalui perbandingannya dengan orang lain. Dengan merujuk pada ungkapan, “pengen banget punya barang-barang bagus”, maka perbandingan itu bersifat material, dan dilakukan terhadap anak-anak yang kelas sosialnya lebih mapan. Di sisi lain, status anak-anak yang menjadi informan ini sebagai perempuan telah membuatnya lebih rentan untuk membandingkan penampilan dirinya dengan yang lain sehingga memunculkan *body dissatisfaction*. Sebagaimana dikemukakan Pedalino & Camerini (2022), komparasi sosial dapat berlangsung dalam dua jalur, yakni *upward* dan *downward comparison*. *Upward comparison* terjadi ketika seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih baik. Sebaliknya, *downward comparison* terjadi ketika seseorang membandingkan dirinya dengan yang lebih kurang baik. Dalam kasus penelitian ini, anak-anak lebih cenderung melakukan *upward comparison* dibandingkan dengan *downward comparison*.

Instagram telah memungkinkan para pengguna untuk membandingkan diri mereka dengan yang lain. Ini telah mengakibatkan iri dan kepercayaan diri di antara informan dan berakibat pada tindakan ikutan lainnya dalam bentuk menutup diri dan *overthinking*. *Insecure* atau ketidakamanan terhadap diri mereka baik secara fisik

maupun non fisik menjadi tumpahan pengalaman yang paling hakiki. Ini disebabkan oleh kurangnya modal sosial, ekonomi, dan budaya dibandingkan dengan rekan-rekan mereka dari kelas menengah atas pada satu sisi, dan keberadaan Instagram itu sendiri yang memungkinkannya untuk melakukan komparasi. Sifatnya yang audio visual telah memungkinkan para remaja kelas bawah ini untuk membandingkan kondisi mereka dengan rekan-rekannya yang lebih beruntung. Meskipun begitu, ada pula usaha-usaha yang dilakukan oleh para informan untuk berusaha mencintai diri mereka ketika dihadapkan pada situasi komparasi yang kurang menguntungkan.

Dengan menekankan pada pengalaman, studi ini memberikan kontribusi penting bagi kajian-kajian pengguna yang biasanya didekati dengan teori efek media dan kegunaan dan kepuasan (*uses and gratifications*). Dengan menekankan pada pengalaman, dampak dan kepuasan dapat dijelaskan secara lebih mendalam. Jika pengalaman-pengalaman masyarakat modern sebagian besar adalah pengalaman yang termediasikan (Grossberg et al., 2006), maka mengidentifikasi pengalaman-pengalaman itu menjadi sangat penting. Kajian-kajian di masa datang mestinya bisa mengelaborasi lebih jauh pengalaman-pengalaman bermedia sosial untuk usia yang beragam atau komunitas-komunitas berbeda.

## **Penutup**

Remaja perempuan kelas bawah di Rejang Lebong yang melakukan pengelolaan kesan di Instagram menitikberatkan pada dua aspek, yakni aspek fisik melalui model pakaian yang digunakan, riasan atau filter wajah, hingga pose saat berfoto. Aspek yang kedua, yaitu aspek sosial lewat lokasi yang dipilih oleh para informan diupayakan mampu merepresentasikan perempuan remaja dari kelas menengah ke atas, jenis makanan, jenis bacaan, barang-barang yang digunakan hingga kutipan-kutipan yang bijak untuk menopang tampilan fisik yang telah dikelola sedemikian rupa sebelumnya.

Penelitian ini memberikan fokus pada pengalaman pengguna anak-anak remaja ketika menggunakan media sosial. berdasarkan wawancara mendalam terhadap informan kelas menengah bawah di Kabupaten Rejang Lebong, penelitian ini menemukan bahwa mereka mempunyai pengalaman beragam, baik pengalaman menyenangkan serta ada juga yang mendapatkan pengalaman yang tidak menyenangkan. Pengalaman menyenangkan terjadi terutama ketika mereka

mendapatkan respons dan tanggapan positif dari pengguna lainnya. Sebaliknya, pengalaman tidak menyenangkan dirasakan oleh para informan ketika mendapatkan komentar-komentar negatif tentang konten mereka bahkan komentar negatif tentang diri mereka sendiri.

Penelitian berikutnya dapat melakukan analisis yang lebih mendalam dengan mengambil subjek-subjek penelitian yang lebih luas dengan memfokuskan diri pada beragam kelas sosial. Bagaimanapun penelitian-penelitian berbasis kelas ini sangat penting dikerjakan bukan saja bahwa masyarakat telah dipenuhi oleh ketimpangan sosial dan tersegregasi ke dalam kelas-kelas sosial, tapi juga meluasnya “budaya pamer”. Budaya semacam ini mungkin menarik bagi kelas-kelas sosial yang lebih mapan, tapi mungkin menjadi sumber petaka bagi kelas yang kurang beruntung. Selain itu, penelitian-penelitian mengenai dampak, motif dan kepuasan, serta makna (studi resepsi) yang selama ini lebih banyak didekati dengan penelitian-penelitian kuantitatif (survei dan eksperimental), etnografi, dan wawancara mendalam akan menjadi semakin menarik jika dilengkapi dengan penelitian-penelitian yang memfokuskan pada pengalaman. Pengalaman bukan saja menentukan dampaknya bagi setiap pengguna, tapi juga makna-makna yang diciptakan atas media tersebut.

### **Daftar Pustaka**

- Azizan, H. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Ketergantungan Media Sosial Pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul. *2 E-Journal Bimbingan Dan Konseling*, 6(5), 1–10.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power* (J. B. Thompson (ed.)). Polity Press.
- Carolina, I. (2019). *Uji Intelegensia Mu Dengan Mengikuti Pemilihan Putra Putri Pariwisata*. MMCKalteng. <https://mmc.kalteng.go.id/berita/read/5266/uji-intelegensia-mu-dengan-mengikuti-pemilihan-putra-putri-pariwisata>
- Chalid, D. M. (2020). *Overthinking: Nothing Kills You Like Your Mind*.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches 3rd Edition*.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan, terjemahan*. Pustaka Pelajar.
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Cambier, R., van Put, J., Van de Putte, E., De Raedt, R., & Koster, E. H. W. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 4(February). <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69–78.

- <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>
- Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian Media Sosial Dan Self Concept Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 5(1), 30–41.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media a Critical Introduction* (1st ed.). Sage Publications.
- Geofani, D. (2019). Pengaruh cyberbullying body shaming pada media sosial instagram terhadap kepercayaan diri wanita karir di Pekanbaru. *Jom Fisip*, 6, 2–6.
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, C., & Wise, M. (2006). *Media Making, Mass Media in Popular Culture* (Second edi). Sage Publications.
- Harrison, A., Burrell, R., Velasquez, S., & Schreiner, L. (2017). Social Media Use in Academic Libraries: A Phenomenological Study. *Journal of Academic Librarianship*, 43(3), 248–256. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2017.02.014>
- Hasbiansyah, O. (2005). *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. 56, 163–180.
- Jati, W. R. (2016). Cyberspace , Internet, dan Ruang Publik Baru : Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.*, 3(1), 25–35.
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- Jung, J., Barron, D., Lee, Y. A., & Swami, V. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. *Computers in Human Behavior*, 135(May), 107357. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107357>
- Maes, C., & Vandenbosch, L. (2022). Adolescent girls' Instagram and TikTok use: Examining relations with body image-related constructs over time using random intercept cross-lagged panel models. *Body Image*, 41, 453–459. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.04.015>
- Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W., & Wilkins, P. (2018). Middle School Students' Social Media Use. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 213–224.
- Maulana, A., Afghan, M., & Rynaldi, D. (2019). Pengaruh Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Mahasiswa. *Jurnal Kajian Media*, 3(2), 65–72. <https://doi.org/10.25139/jkm.v3i2.1999>
- Moustakas, C. E. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Sage Publications, Inc.
- Mu'awwanah, U. (2017). Perilaku *Insecure* Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2. <https://doi.org/10.15575/irsyad.v7i3.78>
- Nurhayati-Wolff, H. (2022). *Share of Instagram users Indonesia 2022, by age group*. Goodnewsfromindonesia. <https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/>
- Pedalino, F., & Camerini, A. L. (2022). Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031543>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami

- Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Ramadhany, H. N. S., & Putri, K. Y. S. (2021). The Effect of Body Shaming on Instagram on Student's Confidence. *Humanisma : Journal of Gender Studies*, 5(2), 184. <https://doi.org/10.30983/humanisme.v5i2.4466>
- Ranjani, S., & Fauzi, T. (2018). Pengaruh sosial media terhadap rasa kepercayaan diri siswa dalam pergaulan di sekolah menengah atas azharyah Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 255–260.
- Rao, N., & Lingam, L. (2020). Smartphones, youth and moral panics: Exploring print and online media narratives in India. *Mobile Media and Communication*. <https://doi.org/10.1177/2050157920922262>
- Rianto, P. (2021). Moralitas Kebaikan dan Kesalehan di Seputar Tubuh dan Pakaian dalam Ruang Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 221. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i2.4512>
- Riza, B. (2019). *Anak Orang Kaya di Instagram Pamer Kemewahan*.
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Rosemary, R., Susilawati, N., & Hanifah, A. (2022). Pengungkapan diri selebgram aceh melalui instagram story. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 88–111.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12.
- Santikawati, R. (2021). *Mengakses Instagram pada Remaja Madya Berjenis*. 'Aisyiyah Yogyakarta.
- Saudah, Mariani, A., & Amalia, P. A. (2022). Digital Storytelling Home Of Humans di Instagram. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 164–186.
- Sharma, A., Sanghvi, K., & Churi, P. (2022). The impact of Instagram on young Adult's social comparison, colourism and mental health: Indian perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 100057. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100057>
- Shin, Y., Kim, M., Im, C., & Chong, S. C. (2017). Selfie and self: The effect of selfies on self-esteem and social sensitivity. *Personality and Individual Differences*, 111(June), 139–145. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.004>
- Syahputra, A., & Rifandi, D. (2021). Hubungan Intensitas Media Sosial Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Awal the Relationship Between Social Media Intensity and Self-Confidence in Early Adolescents. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 7(2), 2615–109.
- Tamborini, R., Eden, A., Bowman, N. D., Grizzard, M., Weber, R., & Lewis, R. J. (2013). Predicting Media Appeal From Instinctive Moral Values. *Mass Communication and Society*, 16(3), 325–346. <https://doi.org/10.1080/15205436.2012.703285>
- Trifiro, B. (2018). Instagram use and it's effect on well-being and self-esteem [Bryant University]. In *Bryant Digital Repository Master*. <https://digitalcommons.bryant.edu/macomm/4/>
- Turangan, L. (2016). *Sering Mengakses Media Sosial Ganggu Kepercayaan Diri*. <https://pemilu.kompas.com/read/2016/05/20/100500723/Sering.Mengakses.Media.Sosial.Ganggu.Kepercayaan.Diri>
- Van Dijck, J. (2012). Facebook as a tool for producing sociality and connectivity.

- Television and New Media*, 13(2), 160–176.  
<https://doi.org/10.1177/1527476411415291>
- Van Dijck, J. (2013). Facebook and the engineering of connectivity: A multi-layered approach to social media platforms. *Convergence*, 19(2), 141–155.  
<https://doi.org/10.1177/1354856512457548>
- Verma, T. (2021). Cultural cringe: how caste and class affect the idea of culture in social media. *Feminist Media Studies*, 21(1), 159–161.  
<https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1864879>
- Zhou, B. (2011). New media use and subjective social status. *Asian Journal of Communication*, 21(2), 133–149.  
<https://doi.org/10.1080/01292986.2010.543557>