

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Self Esteem*

2.1.1 *Pengertian Self Esteem*

Self esteem atau harga diri adalah nilai pribadi individu yang bertentangan dengan dirinya sendiri, *Self esteem* berkaitan dengan bagaimana orang-orang bersyukur dan berterima kasih dalam kehidupan sehari-hari. Pandangan Coopersmith (Agustina, 2013) juga menjelaskan bahwa *self esteem* merupakan penilaian diri yang dilakukan oleh individu dan biasanya berkaitan dengan dirinya sendiri. Penilaian tersebut mencerminkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil dan berharga. *Self esteem* adalah kebutuhan dasar dalam proses pertumbuhan individu, *self esteem* adalah persepsi individu tentang posisi diri aktual serta posisi diri ideal yang merupakan pengalaman evaluatif dan emosional dari diri individu tersebut (Chen 2023). Rosenberg (Handayani P, 2017) mendefinisikan *self esteem* sebagai bentuk dari proses pengungkapan perasaan diterima serta indikasi adanya keyakinan setiap individu terkait kemampuannya untuk berhasil dan berharga.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *self esteem* merupakan kebutuhan dasar individu yang terdiri atas komponen kognitif dan afektif yang mengacu pada perilaku menghormati diri sendiri serta indikasi adanya keyakinan setiap individu terkait kemampuannya untuk berhasil dan berharga.



2.1.2 Aspek-Aspek *Self Esteem*

Self esteem yang diuraikan oleh Coopersmith (Andarini, 2012) mengemukakan empat aspek *self esteem*, yaitu :

- a. *Power* (Kekuasaan), yaitu kemampuan untuk bisa mengatur serta mengontrol tingkah laku diri sendiri dan orang lain.
- b. *Signiface* (Keberartian), yaitu kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain, hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari orang lain dan pertanda penerimaan dan popularitasnya.
- c. *Virtue* (Kebajikan), yaitu ketaatan mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang dan melakukan tingkah laku yang boleh dilakukan dalam moral, etika, dan agama.
- d. *Competence* (Kemampuan), yaitu sukses memenuhi tuntutan prestasi yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas dengan baik dari level tinggi dan usia yang berbeda.

Menurut Rosenberg (Rahmania, 2018) menyatakan bahwa *self esteem* memiliki dua aspek, yaitu penerimaan diri dan penghormatan diri. Kedua aspek tersebut memiliki lima dimensi yaitu :

- a. Dimensi akademik mengacu pada persepsi individu terhadap kualitas pendidikan individu. Hal ini sama dengan aspek *competence*.
- b. Dimensi sosial mengacu pada persepsi individu terhadap hubungan sosial individu. Hal ini sama dengan aspek *signiface*.
- c. Dimensi emosional merupakan hubungan keterlibatan individu terhadap emosi individu. Hal ini sama dengan aspek *virtue*.
- d. Dimensi keluarga mengacu pada keterlibatan individu dalam partisipasi dan integrasi di dalam keluarga.
- e. Dimensi fisik mengacu pada persepsi individu terhadap kondisi fisik individu.

Berdasarkan aspek-aspek yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek *self esteem* antara lain : *power, signiface, virtue, competence*, keluarga, dan fisik.

2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self Esteem*

Menurut Coopersmith (1967) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *self esteem*, yaitu:

1. Penghargaan dan Penerimaan dari Orang-orang yang Signifikan

Self esteem seseorang dipengaruhi oleh orang yang dianggap penting dalam kehidupan individu yang bersangkutan. Orang tua dan keluarga merupakan contoh dari orang-orang yang signifikan. Keluarga merupakan lingkungan tempat interaksi yang pertama kali terjadi dalam kehidupan seseorang.

2. Kelas Sosial dan Kesuksesan

Menurut Coopersmith (1967), kedudukan kelas sosial dapat dilihat dari pekerjaan, pendapatan dan tempat tinggal. Individu yang memiliki pekerjaan yang lebih bergengsi, pendapatan yang lebih tinggi dan tinggal dalam lokasi rumah yang lebih besar dan mewah akan dipandang lebih sukses dimata masyarakat dan menerima keuntungan material dan budaya. Hal ini akan menyebabkan individu dengan kelas sosial yang tinggi meyakini bahwa diri mereka lebih berharga dari orang lain.

3. Nilai dan Inspirasi Individu dalam Menginterpretasi Pengalaman Kesuksesan yang diterima oleh individu tidak mempengaruhi *self esteem* secara langsung melainkan disaring terlebih dahulu melalui tujuan dan nilai yang dipegang oleh individu.

4. Cara Individu dalam Menghadapi Devaluasi

Individu dapat meminimalisasi ancaman berupa evaluasi negatif yang datang dari luar dirinya. Mereka dapat menolak hak dari orang lain yang memberikan penilaian negatif terhadap diri mereka.

Menurut Melliana (2006), *self esteem* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. *Self confidence*, berarti individu meyakini kemampuannya untuk mengambil tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuannya.
- b. *Self respect*, yaitu derajat kepercayaan bahwa individu berhak untuk bahagia, memiliki hubungan yang saling mengisi, serta mempertahankan hak dan nilai personalnya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi *self esteem* yaitu : *self confidence* dan *self respect*.

2.2 Media Sosial TikTok

2.2.1 Pengertian Media Sosial TikTok

Media sosial dapat didefinisikan sebagai proses dinamis di mana orang-orang terlibat dalam pertukaran interaktif, termasuk penciptaan, berbagi, pertukaran, dan modifikasi ide atau pemikiran melalui saluran komunikasi virtual atau jaringan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa media sosial mengacu pada sejenis media yang memungkinkan pengguna untuk menyebarkan teks, gambar, musik, video, dan informasi antar individu.

Seiring berjalannya waktu, beberapa platform media sosial telah mengalami pertumbuhan substansial dan berevolusi dengan fitur dan individualitas yang berbeda. Tujuan penggunaan media sosial adalah untuk memudahkan komunikasi dan memberikan akses terhadap informasi. Media sosial telah mendarah daging di hampir semua lapisan kehidupan kontemporer.

TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2017. TikTok adalah aplikasi seluler yang dikembangkan oleh bisnis Tiongkok Byte Dance, yang terkenal dengan keahliannya dalam teknologi kecerdasan buatan. Platform ini telah mendapatkan pengakuan global atas penyebaran informasi yang

efektif di berbagai media dan perangkat elektronik. TikTok adalah platform media sosial yang baru-baru ini muncul yang memfasilitasi keterlibatan pengguna, memungkinkan individu untuk menunjukkan identitas mereka, terlibat dalam pertukaran interaktif, berbagi konten, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menjalin hubungan sosial virtual. TikTok memungkinkan pengguna untuk mengubah perangkat seluler mereka menjadi studio portabel, memfasilitasi ekspresi diri melalui materi video ringkas yang berdurasi sekitar 15 detik. Program ini menawarkan serangkaian efek khusus menawan yang menarik dan mudah digunakan, memungkinkan individu dari semua tingkat keahlian dengan mudah menghasilkan film yang mengesankan secara visual.

Aplikasi ini menggabungkan beberapa peningkatan visual, termasuk efek gemetar dan menggigil dinamis yang diterapkan pada film yang diiringi musik elektronik, manipulasi warna rambut, penyisipan stiker tiga dimensi, dan atribut yang lebih dapat disesuaikan. Selain itu, produser konten memiliki kesempatan untuk meningkatkan kemampuan artistik mereka tanpa kendala apa pun dengan menggunakan beragam repertoar musik yang tersedia di TikTok.

Menurut definisi para ahli di atas disimpulkan media sosial TikTok adalah salah satu platform media sosial yang baru-baru ini muncul yang memfasilitasi keterlibatan pengguna, memungkinkan individu untuk menunjukkan identitas mereka, terlibat dalam pertukaran interaktif, berbagi konten, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menjalin hubungan sosial virtual. Aplikasi ini juga menggabungkan beberapa peningkatan visual, termasuk efek dan atribut tambahan.

2.2.2 Aspek-Aspek Media Sosial TikTok

Aspek-aspek media sosial TikTok yaitu perhatian, hal ini berkaitan dengan minat individu mengenai sesuatu, perhatian yang sesuai minat akan lebih menarik dan menjadi lebih intensif dibandingkan dengan hal yang tidak terdapat minat di dalamnya (Ajzen dalam Wibowo &

Nurwindasari, 2019). Selain perhatian, aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial yaitu penghayatan, durasi serta frekuensi yang mana antara satu individu dengan individu lainnya tentu berbeda-beda. Aspek perhatian dalam intensitas penggunaan media sosial ini berkaitan dengan faktor yang berpengaruh dalam pembentukan citra diri individu. Individu yang mengakses media sosial tentu memiliki perhatian terhadap media sosial yang ingin diakses (Ainiyah, 2018). Perhatian selektif dalam *self esteem* berkaitan dengan perhatian terhadap pengalaman yang relevan dengan dirinya dan mengabaikan pengalaman yang tidak relevan. Perhatian memberikan individu untuk melakukan penghayatan terhadap apa yang sedang ia lihat terutama ketika sedang mengakses media sosial terlebih TikTok.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek media sosial TikTok meliputi perhatian dan prasangka yang berkaitan dengan *self esteem*.

2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial TikTok

Penggunaan media sosial TikTok disebabkan oleh beberapa faktor, menurut Deriyanto (2018) faktor tersebut antara lain:

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri contohnya perasaan. Perasaan merupakan suatu keadaan kerohanian saat kita mengalami perasaan senang ataupun sedih dalam suatu hubungan dan bersifat subyektif, seperti halnya penggunan TikTok mengekspresikan perasaannya. Oleh karena itu, dalam penggunaan media sosial TikTok saat ini penggunanya tidak hanya belajar berinteraksi dan mengekspresikan dirinya melalui aplikasi pembuatan video tersebut, namun apabila terlalu menikmati media sosial dapat menimbulkan rasa malas dan lupa waktu.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi penggunaan TikTok ada latar belakang keluarga yang berkaitan dengan sosio-ekonomi. Keluarga dengan ekonomi yang cukup cenderung memiliki kesempatan dan fasilitas seperti gadget, internet yang dapat menunjang penggunaan media sosial salah satunya TikTok.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial TikTok antara lain : faktor internal meliputi perasaan dan prasangka, faktor eksternal meliputi faktor keluarga dan ekonomi.

2.4 Kerangka Berpikir



2.5 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, bagaimanakah gambaran *self esteem* pada siswa pengguna media sosial TikTok di SMK Teratai Putih Global 2 Bekasi?

2.6 Dinamika Psikologi

Dinamika psikologis *self-esteem* (harga diri) pada siswa pengguna media sosial seperti TikTok sangat kompleks karena meyakini kemampuannya sehingga harga dirinya naik, namun pengguna yang tidak bisa mengontrol dapat menjadi penyebab harga dirinya turun.

1. TikTok memberi pengguna kesempatan untuk mendapatkan *likes*, komentar, dan pengikut, yang sering kali dijadikan tolok ukur nilai diri. Semakin banyak berinteraksi secara positif maka *self-esteem* nya akan meningkat.
2. TikTok punya potensi tinggi untuk menyebarkan komentar negatif atau *body shaming*, yang dapat merusak harga diri. Konten yang viral atau tidak tergantung pada algoritma, bukan semata kualitas atau upaya. Hal ini dapat menyebabkan turunnya harga diri pada pengguna media sosial TikTok