

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kita telah memasuki era globalisasi yang menjadikan seluruh negara di dunia ini termasuk Indonesia telah memasuki tatanan masyarakat modern. Dimana kemajuan pada bidang teknologi, informasi dan komunikasi menjadikan salah satu bentuk modernisasi dari zaman sebelumnya.¹ Tentunya perkembangan ini tidak dapat dihindari sebab teknologi selalu menjadi pendamping bagi masyarakat di zaman ini dalam melakukan kegiatan kesehariannya. Berbagai kesempatan untuk manusia dalam berinteraksi satu sama lain telah terbuka lebar dengan memanfaatkan internet yang didukung dengan adanya kemajuan pada bidang teknologi, informasi dan komunikasi. Sebagai produk teknologi, internet dapat menimbulkan jenis baru dalam interaksi sosial yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Akibat dari adanya kemajuan teknologi ini memunculkan bermacam-macam situs media sosial, antara lain yaitu tiktok, whatsapp, instagram, facebook dan lain sebagainya.² Tentunya ini memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam menjelajahi berbagai hal di seluruh dunia.

Tentunya kemudahan dalam mengakses media sosial ini dapat mempengaruhi seseorang baik dalam hal positif ataupun negatif. Dampak positif yang ditimbulkan dari media sosial adalah mempermudah kita dalam berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi cepat berlangsung dan biaya menjadi lebih murah.³ Sedangkan apabila melihat sisi negatif yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial diantaranya adalah kecanduan media sosial dapat menjadikan kualitas

¹ Edy Soesanto, "Pengaruh Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Digital", dalam *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, Vol.2, No.2, (Februari 2024), h. 275.

² Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), Ed. 1, h. 1

³ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", *Publiciana*, 9 (1), 140, <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.

interaksi sosial yang menurun, seseorang menjadi cenderung merasa depresi dan kesepian, meningkatkan perilaku *phubbing*,⁴ dan mendorong perasaan tidak aman atau *insecure*.⁵ Perilaku *phubbing* merupakan sikap tak acuh dengan lawan bicara dan hanya berfokus terhadap telepon genggam saja. Sementara keterkaitan antara kecanduan media social dengan perasaan tidak aman mungkin terjadi karena meningkatnya perilaku *phubbing* tersebut.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 18 Desember 2023 s.d 19 Januari 2024 yang melibatkan responden sebanyak 8.720 dan tersebar di 38 Provinsi di Indonesia. Maka didapati data pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta orang pada tahun 2024 dari total populasi 278,69 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Angka ini meningkat dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 215,63 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, rasio antara jumlah pengguna internet dengan total populasi di suatu wilayah selanjutnya disebut penetrasi internet, di Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Data ini meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020. Kemudian, pada 2021-2022 tingkat penetrasi internet kembali meningkat mencapai 77,02%. Selanjutnya, tingkat penetrasi pada tahun ini sebesar 79,5%. Artinya, orang Indonesia semakin mengerti dengan internet.⁶ Menurut

⁴ Normawati et.all mendefinisikan bahwa perilaku *phubbing* merupakan sikap acuh terhadap orang lain yang sedang bersosialisasi atau berinteraksi secara langsung dengan cara membagi fokus, mendengarkan lawan bicara sambil fokus dengan *smartphone*. Hal ini dapat menyakiti lawan bicara dan memperburuk suatu hubungan. (Normawati et. All., “Pengaruh Kampanye *Lets Talk Disconnect To Connect* Terhadap Sikap Anti *Phubbing* (Survey Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia)”, Jurnal Komunikasi, (3 November 2018), hal.160.

⁵ Krisnadi, B., & Adhandhayani,A., “Kecanduan Media Sosial Pada Dewasa Awal: Apakah Dampak Dari Kesepian?”. *Jurnal Fakultas Psikologi*, 3(1), (2022), h.49.

⁶ Agus Tri Haryanto, “APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta

survei yang dilakukan Ictwatch menyatakan bahwa seseorang mampu mengakses internet rata-rata hampir 9 jam dalam sehari, dan juga sebagian besar waktu yang digunakan yaitu untuk mengakses media sosial.⁷ Tentunya media sosial ini membantu individu untuk berinteraksi dengan pengguna lain dan mengakses informasi melalui situs ataupun aplikasi. Dengan demikian rata-rata penggunaan internet hampir 9 jam dalam sehari ini akan berimbas kepada kecanduan media sosial bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh databoks.katadata.co.id menerangkan bahwa masyarakat berusia 18-34 tahun telah mendominasi media sosial sebanyak (54,1%) dari populasi penduduk, dengan jenis kelamin perempuan mendominasi (51,3%) dan laki-laki (48,7%). Frekuensi penggunaan rata-rata masyarakat Indonesia adalah 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang dilakukan berbeda-beda antara berbagi gambar/video (81%), interaksi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%) dan shopping online (61%).⁸ Berdasarkan riset tersebut didapati bahwa masyarakat yang berada pada usia dewasa awal khususnya dengan rentang 18-34 tahun mendominasi media social lebih dari setengah populasi penduduk.

Praktisnya penggunaan internet mendorong kenyamanan individu khususnya bagi pengguna yang berusia 18-40 tahun dalam menjalin hubungan sosial secara online. Hal ini ditandai dengan adanya kenaikan intensitas penggunaan internet yang signifikan dalam menghabiskan waktu senggang mereka untuk mengakses berbagai media sosial dan akan mendorong perilaku kecanduan media sosial apabila tidak digunakan secara bijaksana.⁹ Di kalangan dewasa awal, tingginya intensitas penggunaan internet atau media

Orang”, (2024), <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> diakses pada 3 Oktober 2024, pukul 22:52 WIB.

⁷ Wibowo, D.S., & Nurwindasari, R, “*Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Regulasi Diri dan Fear of Missing Out*”, dalam *Jurnal Fakultas Pendidikan Psikologi*, (Mei 2019). h. 324.

⁸ Andreas Daniel Panggabean, “*Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*”, (2024), [RRI.co.id - Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024](https://rri.co.id) diakses pada 23 September 2024, pukul 11:30 WIB.

⁹ Krisnadi, B., & Adhandhayani,A., “*Kecanduan Media Sosial Pada Dewasa Awal: Apakah Dampak Dari Kesepian?*”. *Jurnal Fakultas Psikologi*, 3(1), (2022), h.48.

sosial seringkali digunakan untuk berbagai aktivitas dalam memenuhi kebutuhan sosialnya, seperti berkomunikasi, mencari informasi, atau membangun hubungan dengan cepat dan efektif.

Menurut Armalita dan Helmi dalam jurnalnya mengatakan bahwa kegiatan melihat postingan-postingan rekan atau orang lain cenderung menurunkan kesejahteraan psikologis pada individu. Menurunnya kesejahteraan psikologis individu dapat disebabkan oleh berbagai faktor pemicu. Hal ini dibuktikan oleh Krasnova, Wenniner, Widjaja dan Buxmann dalam penelitiannya, ia menemukan terdapat reaksi emosi negatif seperti iri hati ketika individu melihat postingan rekannya atau orang lain (berbentuk foto) yang mengakibatkan pada berkurangnya kepuasan hidup.¹⁰ Lamanya waktu penggunaan media sosial menjadikan penggunanya tidak puas, iri, apatis dan rendah diri. Hal ini dikarenakan mereka membandingkan antara kondisi dirinya pada kehidupan sebenarnya dengan unggahan orang lain di dunia maya.

Dalam teori perkembangan yang dikemukakan oleh Erikson, masa dewasa awal merupakan masa pertama kali seseorang menjalin hubungan intim dengan lawan jenis. Dari segi fisik, masa puncak perkembangan fisik adalah pada masa dewasa awal. Sedangkan dari segi emosional, kekuatan fisik yang prima merupakan pendorong yang sangat signifikan untuk memotivasi dalam meraih sesuatu yang diinginkan pada masa dewasa awal. Erikson menjelaskan dalam teori psikososial bahwa masa dewasa awal dicirikan dengan tahap hubungan yang hangat, kedekatan, dan komunikasi.¹¹ Berbagai kelompok umur telah menggunakan media sosial, mulai dari orang tua, orang dewasa, hingga anak-anak. Jika dilihat dari data diatas maka orang-orang yang memasuki usia dewasa atau dewasa awal lebih sering menggunakan media

¹⁰ Armalita, R., & Helmi, A. F. *Iri di Situs Jejaring Sosial: Studi tentang Teori Deservingness*. Jurnal Psikologi, 45(3), (2018), 218. <https://doi.org/10.22146>. Retrieved <https://journal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/33313>

¹¹ Miftahul Jannah, Siti Rozaina Kamsani, Nurhazlina Mohd. Ariffin, "Perkembangan Usia Dewasa : Tugas Dan Hambatan Pada Korban Konflik Pasca Damai", *Bunayya : Jurnal Pendidikan Anak*, 7(2), (2021), 114
<<https://doi.org/10.22373/bunayya.v7i2.10430>>.

sosial.

Akibat dari kemudahan mengakses media sosial menjadikan dunia ini sangat bebas tanpa batas karena siapapun dapat menjangkaunya hanya dengan genggaman tangan saja. Media sosial yang kini makin beragam dan semua kalangan hampir menggunakannya sehingga profesi yang ada pun semakin beragam salah satunya *content creator*. *Content creator* adalah suatu kegiatan yang terlibat dalam pembuatan konten, baik berupa tulisan, gambar, video, audio. Konten yang ditargetkan dibuat untuk media, khususnya media digital seperti YouTube, Instagram, Blogger dan berbagai platform media sosial lainnya.¹² Generasi muda semakin tertarik menjadi *content creator* karena hal ini berbeda dari konsep "pekerjaan" yang konvensional. Generasi muda lebih menyukai sistem kerja yang dinamis dan tidak monoton ini. Generasi muda saat ini lebih menyukai pekerjaan yang memungkinkan mereka untuk berkreasi dan bebas dengan waktu mereka. Influencer, YouTuber, dan *content creator* sering kali dibicarakan dalam diskusi santai. Generasi muda semakin tertarik pada banyak karier yang relatif baru ini karena dianggap menyenangkan, fleksibel, dan menguntungkan.¹³ Rutinitas kerja dulunya sama seperti pergi ke kantor, bertukar produk dan layanan, atau bekerja sebagai profesional di berbagai industri. Pekerjaan kini dapat dilakukan kapan saja dan dari lokasi mana saja. Bahkan dapat mencari sponsor dan memanfaatkan kegiatan liburan sebagai konten. Hal ini yang menyebabkan anak muda menjadi tertarik untuk menjadi *content creator*.

Tetapi menjadi *content creator* tentunya tidak mudah harus memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai untuk menarik *audiens* atau penonton. Selain itu *content creator* tentunya harus memahami etika media dan membangun jaringan dengan praktisi di industri terkait adalah beberapa hal yang wajib dimengerti oleh seorang *content creator*. Meski pekerjaan ini sering dianggap menyenangkan, seperti profesi lainnya, *content creator*

¹² Irla Yulia and Iqbal Miftakhul Mujtahid, "Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week," *Warta Dharmawangsa* 17, no. 2 (2023): 681, <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3180>.

¹³ Irla Yulia and Iqbal Miftakhul Mujtahid, "Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week," hal. 688

memiliki kelebihan dan kelemahan. Seringnya bermain di media sosial ini juga membuat *content creator* cukup rentan memiliki perasaan negatif dalam sudut pandangnya sendiri seperti perasaan cemas. Bahkan perasaan yang telah disebutkan juga berdampak signifikan pada perkembangan seseorang *content creator* maupun kualitas hidupnya bahkan lebih jauh lagi rasa cemas akan masa depan, rasa takut dan rasa tidak aman tersebut yang akan membawa seseorang pada perasaan putus asa atau kehilangan minat untuk melanjutkan hidupnya.¹⁴ Kecemasan ini sering kali muncul karena merasa tertekan serta perasaan khawatir akan hal-hal yang akan terjadi dikemudian hari, adanya rasa takut dan rasa tidak aman atau *insecure*. Dengan banyaknya *content creator* di bidang beauty bukan hal yang mustahil apabila *content creator* khawatir tidak dapat menciptakan konten yang segar dan menarik, khawatir dengan ketatnya persaingan dalam industri kreatif, dan pastinya cemas akan kritik dan komentar negatif.

Selaras dengan yang Adler katakan bahwa rasa rendah diri atau *inferiority complex* adalah rasa yang muncul dari perasaan kurang berharga atau kurang mampu dalam penghidupan saja.¹⁵ Dari banyaknya pengaruh negatif yang telah disebutkan pada paragraf sebelumnya perihal kelemahan profesi *content creator* yang sehari-harinya bergelut dengan media sosial tentunya rasa tidak aman atau *insecure* dan merasa inferioritas daripada orang lain merupakan salah satu akibat dari aktivitas penggunaan media sosial tersebut. Inferioritas dapat terjadi karena seseorang merasa tidak mempunyai pencapaian dalam hidup, tidak sesukses orang lain, tidak lebih baik dari orang lain, dll.

Perilaku ini sering terjadi tanpa disadari. Bentuk dari perilaku *inferiority complex* bermacam-macam yaitu menyendiri, menarik diri, pendiam, tidak ingin berkomunikasi dan bersikap dengan tidak menjadi dirinya sendiri.¹⁶ *Inferiority complex* merupakan suatu respons atau tanggapan

¹⁴ Savitri Ramaiah, *Kecemasan, Bagaimana Mengatasi Penyebabnya?*, (Jakarta: Pustaka Populer Obor, 2003), h.1.

¹⁵ Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), h. 188.

¹⁶ Adila, F., Thalib, S.B, & Umar, N.,F., "Penerapan Teknik Reframing Untuk Mereduksi Perilaku Rendah Diri Siswa", *Journal Of Education*, (1), (2021), h.2.

yang berkaitan dengan pemikiran bahwa seseorang lebih rendah daripada orang lain dalam satu beberapa hal. Pada dasarnya pemikiran seperti itu muncul karena suatu hal nyata atau hanya sesuatu yang keluar melalui imajinasinya saja. Akibatnya perilaku anti sosial atau prestasi yang fantastis atau bahkan keduanya dilakukan oleh individu sebagai bentuk kompensasi yang berlebihan untuk mengimbangi *inferiority complex*-nya.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan terhadap *content creator* pada salah satu komunitas *beauty* yaitu pada Komunitas *Looke Univeristy* khususnya angkatan 2025 ternyata sangat banyak faktor yang mempengaruhi rasa inferioritas seseorang khususnya pada fase dewasa awal. Berdasarkan pada data yang telah peneliti paparkan pada paragraf sebelumnya bahwa rentang usia dewasa awal mendominasi media sosial, maka hal tersebut sejalan dengan penelitian ini yang melibatkan anggota komunitas yang berada pada rentang usia 18-40 tahun. Hal ini juga sejalan dengan yang dikatakan Harlock dalam bukunya, bahwa periode dewasa awal dimulai dari usia 18 tahun hingga 40 tahun.¹⁷ *Looke Univeristy* merupakan komunitas atau wadah bagi para *content creator* saling berbagi pengalaman, mengerjakan misi yang diperintahkan untuk mendapatkan reward, dan mengikuti kelas-kelas pengembangan diri khususnya pengembangan diri sebagai *content creator* dan pemberdayaan perempuan.

Dimana fase dewasa awal ini menuntut seseorang untuk keluar dari zona nyamannya dan mulai memasuki dunia nyata yang menuntutnya untuk mandiri, bekerja dan menikah.¹⁸ Dengan melihat pencapaian-pencapaian orang lain di media sosial bukan tak mungkin menjadikan seseorang merasa inferior dan merasa tidak berharga karena selalu membanding-bandingkan diri sendiri dengan orang lain, membanding-bandingkan pencapaian orang lain, membanding-bandingkan kondisi ekonomi, kondisi keluarga, lingkungan serta tentunya ini tidak lepas dari kurangnya rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berbagai kelebihan kepada individu sebagai makhluk paling

¹⁷ Elizabeth B Hurlock, “*Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*”, Jakarta, (Erlangga,1999), h.246.

¹⁸ Elizabeth B Hurlock, “*Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan*”, h.246.

sempurna yang telah diciptakan. Hal inilah yang akhirnya dapat memicu rasa inferioritas seseorang.

Padahal dalam Al-Quran Q.S An-Nisa ayat 32 Allah SWT. berfirman:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبُوا وَلِلنِّسَاءِ
 ٣٢ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَ وَسَأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

Artinya: *Janganlah kamu berangan-angan (iri hati) terhadap apa yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain. Bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan dan bagi perempuan (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan. Mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala sesuatu.*

Telah dijelaskan diatas bahwa manusia dilarang untuk terus berangan-angan untuk memperoleh sesuatu sebagaimana yang telah dimiliki orang lain, karena itu dapat menimbulkan sifat iri hati dan dengki. Allah SWT. telah melebihi karunia atas manusia sebagian atau sebagian yang lain, baik itu berupa kecerdasan, kemuliaan, kesempurnaan fisik,dll.

Berdasarkan pemikiran dan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas maka peneliti tertarik untuk menelitinya lebih lanjut mengenai “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap *Inferiority complex* Pada *Content Creator*” yang sarasanya merupakan *content creator* pada salah satu komunitas *beauty* yang ada di Indonesia yaitu *Looke University* khususnya angkatan 2025.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu:

1. Kemajuan pada bidang teknologi memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam menjelajah berbagai hal di seluruh dunia.
2. Kemudahan dalam mengakses media sosial memiliki dampak positif dan negatif.

3. Tingginya intensitas penggunaan media sosial menjadikan individu kecanduan terhadap media sosial.
4. Kalangan dewasa awal sering kali memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosialnya.
5. Kecanduan media sosial berdampak pada kesejahteraan psikologis individu salah satunya perasaan inferioritas.
6. *Content creator* sebagai profesi yang banyak diminati oleh generasi muda.
7. *Content creator* seringkali merasa cemas tidak dapat memberikan konten yang segar dan menarik untuk audiens.
8. *Content creator* tidak terlepas dari perasaan inferior dan insecure akibat aktivitas penggunaan media social tersebut.
9. Perilaku mengkompensasi *inferiority complex* sering kali tidak disadari oleh individu.
10. Penelitian ini melibatkan *content creator* yang memiliki rentang usia 18-20 tahun atau yang berada pada fase dewasa awal.
11. Fase dewasa awal menuntut seseorang untuk mandiri, bekerja, dan menikah.
12. Allah melarang manusia untuk berangan-angan yang telah dimiliki orang lain, karena akan menimbulkan sifat iri hati dan dengki.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan oleh peneliti, selanjutnya ruang lingkup yang akan diteliti harus dibatasi untuk menjadi lebih spesifik, terfokus, dan mendalam. Selanjutnya penelitian ini dibatasi oleh hal-hal berikut, seperti:

1. Penelitian ini akan dilakukan pada komunitas *Looke University* khususnya angkatan 2025.
2. Subjek penelitian ini adalah *content creator* pada komunitas *Looke University* angkatan 2025 yang memiliki rentang usia antara 18-40 tahun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka peneliti mengidentifikasi

beberapa permasalahan pada topik penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat penggunaan media sosial para *content creator* pada komunitas *Looke University* angkatan 2025?
2. Bagaimana tingkat *inferiority complex* para *content creator* pada komunitas *Looke University* angkatan 2025?
3. Apakah terdapat pengaruh antara media sosial terhadap *inferiority complex* pada *content creator*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat penggunaan media sosial para *content creator* pada komunitas *Looke University* angkatan 2025.
2. Untuk mengetahui tingkat *inferiority complex* para *content creator* pada komunitas *Looke University* angkatan 2025.
3. Untuk mengetahui ada-tidaknya pengaruh antara media sosial terhadap *inferiority complex* pada *content creator*.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ditetapkan peneliti serta setelah terjawabnya rumusan masalah secara tepat, maka diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat bermanfaat, yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya membatasi diri dalam mengkonsumsi media sosial secara berlebihan.
- b. Sebagai pijakan dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh sosial media terhadap *inferiority*

complex pada *content creator*.

2. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

- 1) Memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pembahasan topik penelitian, serta meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti pada bidang terkait.
- 2) Menambah keterampilan peneliti dalam bidang kepenelitian.

b. Bagi Pembaca

- 1) Meningkatkan kesadaran tentang dampak mengkonsumsi media sosial terlalu intens.
- 2) Memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap rasa inferioritas didalam diri seorang *content creator*.

G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian membutuhkan beberapa penelitian sebelumnya sebagai sumber referensi dalam penelitian ini, serta untuk memastikan bahwa temuan yang peneliti peroleh sesuai dengan harapan. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan variabel penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 1.1 (Penelitian Terdahulu yang Relevan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Febrina Cucha Ahmad	Hubungan Inferiority Feeling dengan	Metode deskriptif kuantitatif	Inferiority feeling remaja di panti asuhan	Pada penelitian Febrina Chuca Ahmad memiliki persamaan

		Kesuksesan Belajar Remaja di Panti Asuhan As-shohwa		as-shohwa di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan memiliki hubungan signifikan yang kuat terhadap kesuksesan belajar.	metode penelitian. Hanya saja terdapat perbedaan antara penelitian ini yaitu pada variabel x dan y. Variabel x pada penelitian yang dilakukan oleh Chuca Ahmad yaitu Inferiority Feeling sedangkan pada penelitian ini adalah media sosial. Dan variabel y pada penelitian yang dilakukan Chuca Ahmad yaitu kesuksesan belajar sedangkan pada penelitian ini adalah <i>Inferiority complex</i> .
2	Dewi Oktaviani	Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro	Metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui	Terdapat pengaruh antara media sosial dengan gaya hidup mahasiswa IAIN Metro	Pada penelitian Dewi Oktaviani memiliki persamaan variabel dengan penelitian ini yaitu variabel x media

			observasi, wawancara, dan dokumentasi.	dalam menimbulkan sifat konsumtif dan mengakibatkan pembelian impulsif.	sosial. Hanya saja terdapat perbedaan antara penelitian ini yaitu pada variabel y. Penelitian Dewi Oktaviani membahas pengaruhnya terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro sedangkan penelitian ini membahas pengaruhnya terhadap <i>inferiority complex</i> .
3	Tita Wanda Haviva	Pengaruh Body Image Terhadap <i>Inferiority complex</i> Siswa SMAN 3 Kediri.	Menggunakan metode kuantitatif .	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat body image siswa SMAN 3 Kediri berada pada kategori “sedang”, sedangkan tingkat <i>inferiority</i>	Pada penelitian Tita Wanda Haviva memiliki persamaan variabel dengan penelitian ini yaitu variabel y <i>inferiority complex</i> . Hanya saja terdapat perbedaan antara penelitian ini yaitu pada variabel x.

				<p><i>complex</i> siswa SMAN 3 Kediri berada pada kategori “rendah”. Maka peneliti menyimpulk an terdapat pengaruh yang signifikan antara body image terhadap <i>inferiority</i> <i>complex</i>.</p>	
--	--	--	--	--	--

H. Definisi Operasional

Sebelum membahas penelitian ini secara mendalam, maka sudah seharusnya peneliti menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari sebuah penelitian, agar mempunyai ciri bahwa penelitian tersebut merupakan cara ilmiah dalam mendapatkan data. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap *Inferiority complex* Pada *Content Creator*.” Landasan teori yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Media Sosial

Media sosial menurut Kottler dan Keller dalam Jurnal Duna Izfanna, dkk. mengungkapkan bahwa media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan informasi dengan

orang lain.¹⁹

2. *Inferiority Complex*

Inferiority complex merupakan suatu respons atau tanggapan yang berkaitan dengan pemikiran bahwa seseorang lebih rendah daripada orang lain dalam satu beberapa hal. Pada dasarnya pemikiran seperti itu muncul karena suatu hal nyata atau hanya sesuatu yang keluar melalui imajinasinya saja. Akibatnya perilaku anti sosial atau prestasi yang fantastis atau bahkan keduanya dilakukan oleh individu sebagai bentuk kompensasi yang berlebihan untuk mengimbangi *inferiority complex*-nya. Perilaku ini sering terjadi tanpa disadari. Bentuk dari perilaku *inferiority complex* bermacam-macam yaitu menyendiri, menarik diri, pendiam, dan menunjukkan sikap tidak ingin berkomunikasi dan bergaul dengan teman-teman di sekitarnya.²⁰

3. *Content Creator*

Content creator adalah seseorang yang memiliki kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video, dan tulisan atau yang biasa disebut sebuah konten. Kemudian konten tersebut disebarkan melalui platform media sosial.

¹⁹ Izfanna, D., dkk, "Meningkatkan Kompetensi Digital Warga Ulujami Di Era 5.0" *Community Development Journal*, vol. 5, no. 2 (2024): 3012.

²⁰ Adila, F., Thalib, S.B, & Umar, N.,F., "Penerapan Teknik Reframing Untuk Mereduksi Perilaku Rendah Diri Siswa Di Sma Negeri 6 Luwu Utara", dalam *Pinisi Journal Of Education*, (1), (2021), h.2.