

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah secara fundamental mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam ranah interaksi sosial. Salah satu inovasi paling signifikan adalah kemunculan media sosial, yang kini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform ekspresi diri, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial. Di antara berbagai platform yang tersedia, *Instagram* menonjol sebagai salah satu media sosial terpopuler, memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video serta berinteraksi melalui berbagai fitur seperti pesan langsung, komentar, dan stories [1].

Meskipun *Instagram* menawarkan beragam kegunaan, platform ini juga dikaitkan dengan sejumlah efek psikologis, salah satunya adalah kecemasan sosial (*social anxiety*). Kecemasan sosial didefinisikan sebagai ketakutan atau kecemasan akan penilaian negatif dalam interaksi sosial, baik dalam lingkungan digital maupun tatap muka. Menariknya, individu yang mengalami kecemasan sosial seringkali menunjukkan penggunaan *Instagram* yang berlebihan. Hal ini dapat dijelaskan oleh keinginan mereka untuk membangun citra diri yang lebih baik, menghindari interaksi tatap muka yang dirasa mengancam, atau mencari validasi sosial melalui jumlah "like" dan komentar [2].

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji korelasi antara kecemasan sosial dan penggunaan media sosial, khususnya *Instagram*. Misalnya, penelitian oleh Foroughi et al. [2] menemukan bahwa kecanduan *Instagram* berhubungan erat dengan kecemasan sosial dan depresi, yang pada gilirannya berdampak negatif pada kepuasan hidup siswa. Senada dengan itu, Bixter et al. [3] menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kecemasan sosial yang tinggi cenderung lebih bergantung pada media sosial dibandingkan interaksi langsung. Lebih lanjut, Saprikis dan Avlogiaris [4] menunjukkan bahwa karakteristik psikologis pengguna, termasuk dorongan untuk mencari validasi sosial dan menghindari interaksi sosial langsung, berperan dalam membentuk persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi sosial seperti *Instagram*. Meskipun demikian, masih belum banyak penelitian yang secara khusus mengintegrasikan hubungan antara kecemasan sosial dan penggunaan media sosial dalam kerangka teori adopsi teknologi.

Untuk memahami bagaimana kecemasan sosial memengaruhi penggunaan *Instagram*, Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dapat dijadikan sebagai dasar teoritis. Model UTAUT2 mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang memengaruhi penerimaan teknologi, meliputi harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) [5] Selain itu, model ini juga mengakomodasi faktor lain seperti motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*), yang turut berperan dalam membentuk perilaku pengguna teknologi [6]. Mengingat korelasi antara kecemasan sosial dan kecenderungan penggunaan media sosial di mana individu dengan kecemasan sosial cenderung menggunakan media sosial untuk menghindari interaksi sosial yang tidak menyenangkan [7] penting untuk mengeksplorasi bagaimana kecemasan sosial berinteraksi dengan konstruk-konstruk dalam UTAUT2 untuk membentuk niat penggunaan *Instagram*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh kecemasan sosial terhadap niat seseorang untuk menggunakan *Instagram* dengan menggunakan model UTAUT2. Penelitian ini memiliki signifikansi ganda: pertama, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai psikologi digital dengan memahami komponen-komponen yang berkontribusi pada fenomena penggunaan media sosial di kalangan individu dengan kecemasan sosial; kedua, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi pengembang media sosial dalam merancang aplikasi yang lebih ramah pengguna dan mendukung kesehatan mental bagi mereka yang mengalami kecemasan sosial. Dengan demikian, penelitian ini akan menguji pengaruh variabel kecemasan sosial terhadap niat penggunaan dan penerimaan *Instagram*, yang direfleksikan dalam judul "**Menguji Pengaruh Variabel Kecemasan Sosial Terhadap Penggunaan Instagram Dengan Model UTAUT2**".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh *Social Anxiety* terhadap keinginan untuk menggunakan *Instagram* di kalangan masyarakat Kota Medan?
2. Bagaimana Ekspektasi Kinerja (*Expectancy of Performance*), Ekspektasi Usaha (*Expectancy of Effort*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price*

*Value*), dan Kebiasaan berpengaruh pada niat dan perilaku pengguna *Instagram* di Kota Medan?

3. Apakah faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pengalaman pengguna memengaruhi penggunaan *Instagram* Kota Medan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tesis ini adalah :

1. Menguji pengaruh *Social Anxiety* terhadap niat menggunakan *Instagram* di kalangan pengguna di Kota Medan.
2. Mengetahui pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan terhadap niat dan perilaku pengguna *Instagram* di Kota Medan.
3. Mengetahui pengaruh usia, jenis kelamin, dan pengalaman terhadap penggunaan *Instagram* di Kota Medan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian tesis ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Memperluas aplikasi teori UTAUT2 dengan memasukkan aspek *social anxiety* dalam konteks penggunaan *Instagram*.
2. Memberikan perspektif baru dari sudut pandang psikologis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *Instagram*.
3. Diperoleh dasar untuk pengembangan intervensi dalam upaya untuk mengurangi dampak negatif *Instagram* terhadap kesehatan mental.

### 1.5 Ruang Lingkup

Batasan dan ruang lingkup yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen: Niat Perilaku (*Behavioral Intentions*), Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*).
2. Variabel Independen: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Faktor Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*), dan *Social Anxiety*.

3. Variabel Moderator: Jenis Kelamin (*Gender*), Usia (*Age*), dan Pengalaman (*Experience*).
4. Populasi penelitian: Pengguna *Instagram* di Kota Medan.
5. Pengukuran *Sosial Anxiety* dalam penelitian ini, Menggunakan 2 dimensi yaitu *Shared Content Anxiety* (SCA) dan *Self-Evaluation Anxiety* (SEA),

