

## HUBUNGAN ANTARA PERBANDINGAN SOSIAL DAN HARGA DIRI PADA WANITA DEWASA AWAL PENGGUNA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Nathania<sup>1</sup>, Naomi Soetikno<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: nathania.705180071@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: naomis@fpsi.untar.ac.id

### ABSTRAK

*Instagram* seringkali digunakan sebagai platform untuk keseharian masyarakat untuk mendapatkan kepuasan dan kebahagiaan. Pada penelitian terdahulu terdapat bahwa penggunaan Instagram turut berperan dalam mempengaruhi harga diri yang rendah dan rasa tidak berdaya. Berdasarkan penelitian sebelumnya, menemukan bahwa wanita lebih rentan untuk mengalami adiksi sosial media yang berlebihan. Hal ini disebabkan karena adanya keinginan untuk membangun representasi diri yang positif melalui media *instagram* dengan penggunaan *filter* atau penyaringan foto tertentu yang membentuk suatu standar visual yang berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan perbandingan sosial dengan harga diri. Metode *non-probability sampling* digunakan dalam penelitian ini. Sebanyak 331 partisipan perempuan berusia antara 18 dan 25 tahun, yang menggunakan sosial media *instagram* dalam penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif non-eksperimental dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, serta alat ukur yaitu *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale Measure* dan *Rosenberg Self-Esteem Scale* ke dalam Bahasa Indonesia. Analisis data menggunakan teknik uji korelasi *Pearson* menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara perbandingan sosial dan harga diri ( $r = -0.347, p = 0.000$ ). Lebih lanjut, hasil penelitian menemukan bahwa terdapat perbedaan perbandingan sosial dan harga diri ditinjau dari usia, pendidikan terakhir, dan durasi penggunaan *instagram*. Berdasarkan penelitian ini, dukungan dari keluarga, kerabat maupun teman menjadi penting untuk ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan tingkat harga diri pengguna.

**Kata Kunci:** *Instagram*, Perbandingan Sosial, Harga Diri, Wanita, Dewasa Awal

### ABSTRACT

*Instagram* is often used as a platform for people's daily lives to get satisfaction and happiness. Previous research has shown that the use of *Instagram* plays a role in influencing low self-esteem and a sense of helplessness. Based on previous research, it was found that women are more prone to excessive social media addiction. This is due to the desire to build a positive self-representation through the medium of *instagram* with the use of filters or filtering certain photos that form an excessive visual standard. This study aims to determine the relationship of social comparison with self-esteem. Non-probability sampling method was used in this study. There were 331 women between the ages of 18 and 25 who used *instagram* in the study. Non-experimental quantitative research methods were conducted by distributing questionnaires, as well as measuring instruments namely *Iowa-Netherlands Comparison Orientation scale Measure* and *Rosenberg Self-Esteem Scale* into Indonesian. Data analysis using Pearson correlation test technique showed there was a significant negative relationship between social comparison and self-esteem ( $r = -0.347, p = 0.000$ ). Furthermore, the results of the study found that differences in social comparison and self-esteem in terms of age, recent education, and duration of *instagram*. Based on this study, support from family, relatives and friends is important to improve so that it can increase the level of self-esteem of users.

**Keywords:** *Instagram*, social comparison, self-esteem, women, early adulthood

### 1. PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Di Indonesia, terdapat sebanyak 217,53 juta individu yang secara aktif menggunakan media sosial (Dixon, 2022). Instagram menjadi salah satu platform sosial media yang paling banyak digunakan (Chusniah et al., 2021). Terdapat data yang menyatakan bahwa sebanyak 700 juta akun Instagram yang aktif dan setara dengan 32% pengguna di dunia ini, sehingga Instagram menjadi sosial media terbesar kedua di dunia (Noam et al., 2018). Pengguna aktif sosial media di dunia pada bulan April 2022 telah mencapai 1.45 Miliar pengguna menurut *We Are Social* (Rizaty, 2022). Pada Juli, 2021, pengguna aktif media sosial Instagram di Indonesia sebanyak 91,77 pengguna aktif dengan rentang usia 18 sampai 24 tahun atau sebanyak 36,4% pengguna (Rizaty, 2021).

Beberapa fitur dari *Instagram* dapat membantu para penggunanya untuk terlihat menarik di mata orang lain (Shaohai & Annabel, 2020). *Instagram* memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi dimana saja dan kapanpun (Schmuck, 2019). Selain itu, *Instagram* merupakan media unik yang memfokuskan pada aspek visual dari informasi yang diberikan, seperti foto dan video. Pengguna *Instagram* bebas melakukan pemilihan dan juga melakukan *edit* atau perubahan pada foto mereka untuk memberikan representasi sosial yang mungkin berbeda dari kenyataan yang ada (Tiggemann et al., 2018). Pengguna cenderung untuk menampilkan unggahan foto dan video yang biasanya merepresentasikan sisi paling positif dari diri mereka dan kehidupan mereka (DeVries et al., 2018).

Adanya fitur-fitur dari *Instagram* sebagai suatu media sosial yang banyak digunakan dapat mempengaruhi perkembangan individu dan perilaku individu. Dampak positif yang dapat didapatkan oleh individu adalah mengakses informasi dengan mudah, berkomunikasi dengan orang lain, dan dapat mengembangkan diri individu (Ohannessian dan Vannucci, 2021). Penggunaan media sosial namun juga dapat memunculkan beberapa hal negatif, seperti munculnya rasa cemburu pada orang lain akibat melihat apa yang mereka lakukan, rendahnya harga diri, dan adanya rasa tidak berdaya (Chusniah et al., 2021). Penelitian sebelumnya oleh Andreassen et al. (2017) menemukan bahwa wanita lebih rentan untuk mengalami dampak negatif dari sosial media, seperti penggunaan atau adiksi sosial media yang berlebihan. Wanita juga lebih rentan menghabiskan banyak waktu di *Instagram*, serta merasakan kecemasan akibat *Instagram* dibandingkan laki-laki (Mackson et al., 2019). Selain itu, penggunaan sosial media secara negatif juga lebih rentan ditemukan pada masa remaja akhir atau dewasa awal dibandingkan usia yang lebih tua. Salah satu alasannya karena generasi ini lebih sering menggunakan teknologi untuk memperoleh dan mengembangkan hubungan, serta lebih mungkin menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mendapat penerimaan dari orang lain dalam membentuk representasi diri (Andreassen et al., 2017).

Terutama, menjalin hubungan dengan orang lain merupakan salah satu hal krusial saat memasuki tahap perkembangan dewasa muda. Menurut King (2019), seseorang dapat dikatakan sebagai dewasa muda ketika mereka berusia 18 sampai 25 tahun. Tahap *intimacy vs isolation* adalah salah satu tahap yang dimasuki oleh seorang dewasa muda berdasarkan teori perkembangan psikososial dari Erikson (dalam King, 2019). Teori perkembangan tersebut mengartikan sebagai seorang dewasa muda mulai untuk membangun hubungan dengan orang lain secara intim, sedangkan ketika tidak terbentuk hubungan yang baik, individu dapat merasa terisolasi (dalam King, 2019). Menurut Santrock (2019), hal terpenting ketika seseorang pada usia dewasa awal ingin memulai membangun sebuah hubungan adalah dengan memberikan kesan pertama.

Keinginan untuk membangun kesan dan representasi diri yang positif pada masa dewasa awal sangat direpresentasikan dengan media *Instagram*. Terutama, dengan menyebarkan foto yang terbaik dan dengan adanya *filter* atau penyaringan foto tertentu, *Instagram* menjadi sarana yang

merepresentasikan suatu standar visual yang berlebihan, seperti standar kecantikan dan tubuh yang terlalu idealis (Sherlock & Wagstaff, 2019). Hal ini juga yang dapat menyebabkan dampak negatif pada individu yang menggunakan instagram, terutama pada masa dewasa awal yang sedang gencar untuk mencari koneksi sosial dan mengembangkan representasi yang positif. Ketika tidak mendapatkan timbal balik yang diinginkan dan selalu terpapar oleh standar kecantikan yang tinggi, individu dapat memberikan evaluasi diri sendiri yang negatif, sehingga merasa harga diri individu menjadi turun (Sherlock & Wagstaff, 2019). Individu hanya akan merasa diterima oleh orang lain jika individu tersebut merasa mereka memiliki keberhargaan diri dan berharga bagi orang lain (Chusniah et al., 2021). Dapat dikatakan bahwa harga diri seseorang yang menggunakan sosial media akan terbentuk bergantung dengan umpan balik dari orang lain terhadap dirinya (Stapleton, et al., 2017).

Harga diri adalah kebutuhan dasar manusia yang dicapai ketika individu melihat diri mereka sendiri secara positif maupun negatif dan pencapaian mereka sendiri. Media sosial dapat menjadi tempat yang nyaman dan aman bagi seseorang yang memiliki harga diri rendah karena mereka dengan mudah mengekspresikan diri mereka dan mendapat dukungan (Nardis & Panek, 2018). Dibandingkan dengan individu dengan harga diri tinggi yang menjaga privasi mereka dengan hati-hati, individu dengan harga diri rendah cenderung memberikan informasi pribadinya pada orang banyak (Nardis & Panek, 2018). Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa lama penggunaan instagram dan kecenderungan terpapar oleh visual yang terlalu idealis dapat menyebabkan harga diri yang menurun pada wanita (Sherlock & Wagstaff, 2019).

Harga diri yang rendah ketika menggunakan instagram dapat diasosiasikan dengan adanya evaluasi diri yang didasarkan atas perbandingan dengan kehidupan orang lain. Informasi idealis yang disajikan di media sosial telah menyebabkan sangat meningkatnya norma perbandingan sosial. Pengguna yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial menjadi cenderung memiliki pandangan yang saling membandingkan hidup sendiri dengan orang lain, seperti memiliki pandangan bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dan lebih bahagia daripada diri mereka sendiri (Wang et al., 2017). Perbandingan sosial juga membuat pengguna lebih menyadari norma-norma tertentu yang menonjol (misalnya, standar kecantikan yang tinggi). Ketika pengguna menganggap bahwa mereka berbeda dari norma yang ada, mereka akan cenderung memiliki evaluasi negatif terhadap diri mereka sendiri, yang dapat menyebabkan penurunan harga diri (Jiang & Ngien, 2020).

Menurut Festinger (1954), perbandingan sosial adalah ketika seseorang memiliki dorongan dan keinginan untuk melihat gambaran dari orang lain dalam hal berpikir, berperilaku, dan merasakan secara ideal. Terdapat perbedaan antara perbandingan sosial ke atas dan ke bawah, perbandingan sosial ke atas adalah saat seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih unggul dari mereka, sedangkan sebaliknya perbandingan sosial ke bawah adalah orang yang membandingkan dirinya dengan orang yang tidak lebih unggul darinya (Schmuck, 2019). Perbandingan sosial dapat terjadi pada laki-laki maupun perempuan, tetapi laki-laki memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih rendah dibandingkan perempuan (Sari & Suarya, 2018). Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa perbandingan sosial cenderung dilakukan pada wanita, yang dapat menyebabkan adanya ketidakpuasan pada citra tubuh dan meningkatkan kemungkinan gangguan makan (Saunders & Eaton, 2018). Selain itu, perbandingan sosial juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keadaan emosi yang dirasakan saat melihat unggahan di instagram. Individu yang memiliki tingkat perbandingan sosial yang tinggi akan lebih merasakan emosi yang negatif (De Vries et al., 2018).

Sari dan Suarya (2018) menyatakan bahwa perbandingan sosial berhubungan dengan harga diri yang rendah. Hal tersebut dibuktikan oleh Chusniah (2021), yang mengatakan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan perbandingan sosial dengan hasil perbandingan sosial yang tinggi terjadi karena rendahnya harga diri. Sebaliknya, adanya perbandingan sosial yang lebih tinggi juga akan diasosiasikan dengan harga diri yang lebih rendah (Jiang & Ngien, 2020). Pada penelitian yang dilakukan oleh Mackson et al. (2019), ditemukan pula bahwa perbandingan sosial berhubungan negatif dengan harga diri, yaitu semakin tinggi perbandingan sosial maka semakin rendah harga diri yang dimiliki. Walaupun penelitian-penelitian tersebut menunjukkan hasil yang signifikan, namun hasil ini tidak selalu konsisten. Penelitian sebelumnya oleh Yang et al. (2017) menunjukkan bahwa perbandingan sosial memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap harga diri, yang dapat diatribusikan pada perbedaan dimensi dari perbandingan sosial. Selain itu, hubungan antara perbandingan sosial dengan harga diri pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih berfokus pada subjek secara umum, dan tidak hanya pada wanita dewasa saja, yang dari penemuan sebelumnya berpotensi besar untuk mengalami perbandingan sosial yang lebih tinggi (Saunders & Eaton, 2018).

Pada penelitian yang dihasilkan sebelumnya dapat terlihat bahwa hubungan antara perbandingan sosial dengan harga diri masih memiliki hasil yang kurang konsisten, yang menjadikan hal ini perlu untuk diteliti kembali. Terutama, penelitian perlu dilakukan pada masa dewasa awal sebagai tahap usia yang paling banyak menggunakan media sosial. Dibandingkan laki-laki, ternyata perempuan memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih tinggi dan memiliki kerentanan yang lebih besar untuk terkena dampak negatif dari sosial media *Instagram*. Penelitian lain juga masih meneliti pada subjek secara umum dibandingkan meneliti hanya pada subjek wanita saja. Oleh karena itu, dengan adanya ketertarikan peneliti dan masih adanya hasil penelitian yang tidak konsisten, penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara perbandingan sosial dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna media sosial *Instagram*.

## Rumusan Masalah

Masih adanya variasi hasil penemuan hubungan antara perbandingan sosial dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna sosial media *Instagram*.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non-eksperimental dengan teknik *sampling non-probability sampling*, yaitu *convenience sampling* pada wanita berusia 18 hingga 25 tahun yang memiliki serta menggunakan media sosial *Instagram*. Didapatkan jumlah partisipan penelitian sebanyak 331 orang. Data diolah dengan menggunakan aplikasi *International Business Machines Statistical Package for Social Science* (IBM SPSS) for windows versi 25.

## Alat ukur penelitian

Alat ukur perbandingan sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan alat ukur *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale Measure* (INCOM). Gibbons dan Bunk (1999) mengembangkan alat ukur ini yang memiliki dasar teori dari Festinger (1954). Darmawan (2021) mengadaptasi alat ukur ke dalam bahasa Indonesia yang terdiri dari 11 item dengan tujuan untuk bagaimana mengevaluasi diri individu dengan menggunakan 2 dimensi, yaitu perbandingan kemampuan (*ability*) dan perbandingan opini (*opinion*). Terdapat 6 item yang memuat kemampuan (*ability*) berkaitan dengan kinerja (contoh item, “saya suka saling berbincang dengan orang lain mengenai bentuk tubuh seseorang”), sedangkan terdapat 5 item yang memuat opini (*opinion*) berkaitan dengan pemikiran atau pendapat orang lain (contoh item, “saya selalu mencoba untuk

mencari tahu mengenai permasalahan orang lain yang sama seperti saya”). Partisipan akan memilih salah satu dari 5 poin skala *Likert*, dari 1 “sangat tidak setuju” sampai 5 “sangat setuju”. Alat ukur ini dapat digunakan secara keseluruhan dengan menggabungkan kedua dimensi atau menggunakan tiap dimensi secara terpisah (Gerson et al., 2017). INCOM memiliki reliabilitas *item α* = 0,739 dan masuk dalam kategori yang tinggi.

Pada alat ukur harga diri, alat ukur yang digunakan adalah *Rosenberg Self-Esteem Scale* yang diadaptasi oleh Dewi & Hartini (2021). Alat ukur tersebut memiliki satu dimensi *global self-esteem*, yang terdiri dari 10 *item* dan terbagi ke dalam 5 butir positif dan 5 butir negatif. Contoh butir positif berupa “secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya:” dan contoh butir negatif berupa “seringkali saya merasa tidak berguna”. Alat ukur tersebut diukur pada skala *likert* dan terbagi pada 4 pilihan jawaban yang terdiri dari 1 “Sangat tidak setuju” sampai 4 “Sangat setuju”. Reliabilitas pada alat ukur ini memiliki nilai yang baik,  $\alpha = 0.860$ .

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil penelitian

Partisipan pada penelitian ini adalah 331 wanita dewasa awal yang memiliki deng menggunaan *instagram*. Gambaran partisipan berdasarkan kelas dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Gambaran Partisipan

Demografi	Frekuensi	%
<b>Usia</b>		
18	48	14.3%
19	37	11%
20	36	10.7%
21	43	12.8%
22	60	17.9%
23	34	10.1%
24	35	10.4%
25	38	11.3%
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMA	114	34%
Diploma	82	24.8%
S1	135	40.3%
<b>Durasi Penggunaan</b>		
1-3 jam perhari	114	34%
3-5 jam perhari	119	35.5%
>5 jam perhari	98	29.3%

. Pada variabel harga diri, diperoleh *mean* empirik menggunakan nilai rerata secara keseluruhan pada penelitian ini sebesar 2,55 ( $SD = 0,366$ ). Setelah dilakukan pengolahan data, ditemukan bahwa tingkatan harga diri yang dialami oleh sebagian besar partisipan memiliki tingkatan yang rendah. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 277 partisipan (83,7%) memiliki harga diri yang

rendah, 36 partisipan (10,9%) memiliki harga diri yang sedang, dan sebanyak 18 partisipan (5,4%) memiliki harga diri yang tinggi. Gambaran data deskriptif dari harga diri dapat dilihat pada tabel 2, dan kategorisasi dapat dilihat pada tabel 3.

Pada variabel perbandingan sosial, diperoleh *mean* empirik menggunakan nilai rerata secara keseluruhan pada penelitian ini sebesar 3,47; sedangkan *mean* hipotetik untuk skala *likert* 1 hingga 5 adalah 3. Dapat diketahui bahwa nilai *mean* empirik sedikit lebih besar dibandingkan *mean* hipotetik, yang artinya tingkat perbandingan sosial partisipan tergolong sedang ke tinggi. Selain itu setelah dilakukan pengolahan data terhadap setiap dimensi dari variabel perbandingan sosial. Pada dimensi kemampuan (*ability*) didapatkan mean empirik sebesar 3,32 (SD = 0,57), sedangkan mean empirik pada dimensi opini (*opinion*) sebesar 3,62 (SD = 0,847). Gambaran data deskriptif dari perbandingan sosial dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Gambaran Deskriptif

Variabel	Mean	Standard Deviation
Harga Diri	2,55	0,366
Perbandingan Sosial ( <i>ability</i> )	3,32	0,570
Perbandingan Sosial ( <i>opinion</i> )	3,62	0,847

Tabel 3. Gambaran Kategori Harga Diri

Variabel	Frekuensi	%
Rendah	277	83,7
Sedang	36	10,9
Tinggi	18	5,4

Sebelum menguji hubungan antar variabel, uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan terhadap dua variabel penelitian, yaitu perbandingan sosial dan harga diri. Hasil didapatkan dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, yaitu nilai signifikansi pada variabel perbandingan diri dan harga diri keduanya ditemukan sebesar  $p = .000 < 0.05$ . Sehingga dapat disimpulkan kedua data tidak terdistribusi dengan normal. Dikarenakan kedua variabel yang memiliki signifikansi di bawah 0,05, maka persebaran data tergolong tidak normal dan uji korelasi dilakukan menggunakan teknik *Rho Spearman*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $r = -.347$  dan  $p = 0.000$ , Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara perbandingan sosial dengan harga diri dengan arah yang negatif. Dapat diartikan semakin tinggi seseorang melakukan perbandingan sosial semakin rendah harga diri yang dimilikinya, dan juga sebaliknya, semakin rendah seseorang melakukan perbandingan sosial, semakin tinggi rasa harga diri yang dimilikinya. Hasil uji korelasi dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Korelasi

Variabel	Harga Diri
----------	------------

	<i>r</i>	<i>p</i>
Perbandingan Sosial	-0,347	0,000

Uji data tambahan juga dilakukan untuk melihat perbedaan tingkat perbandingan sosial dan harga diri terhadap usia, pendidikan terakhir, dan durasi penggunaan *Instagram*. Dikarenakan data memiliki persebaran yang tidak normal, maka uji beda antar dua kelompok atau lebih menggunakan teknik *Kruskal-Wallis H*.

Hasil uji beda perbandingan sosial ditinjau dari perbedaan usia menunjukkan nilai  $H(7, 331) = 70,971, p < 0,001$ . Sedangkan, hasil uji beda harga diri ditinjau dari perbedaan usia menunjukkan nilai  $H(7, 331) = 70,971, p < 0,001$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perbandingan sosial dan harga diri pada kelompok usia yang berbeda. Hasil uji beda berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji *Kruskal-Wallis H* pada Usia

Usia	Perbandingan Sosial			Harga Diri		
	Mean	H	<i>p</i>	Mean	H	<i>p</i>
18	3,27			2,61		
19	3,31			2,75		
20	3,37			2,57		
21	3,39			2,52		
22	3,63	45,970	0,000	2,54	70,971	0,000
23	3,23			2,51		
24	3,90			2,44		
25	3,67			2,42		

Hasil uji beda perbandingan sosial ditinjau dari perbedaan tingkat pendidikan menunjukkan nilai  $H(2, 331) = 59,947, p < 0,001$ . Sedangkan, hasil uji beda harga diri ditinjau dari perbedaan tingkat pendidikan menunjukkan nilai  $H(2, 331) = 18,962, p < 0,001$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perbandingan sosial dan harga diri pada kelompok tingkat pendidikan yang berbeda. Hasil uji beda berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Kruskal-Wallis H pada Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Perbandingan Sosial			Harga Diri			
	n	Mean	H	p	Mean	H	p
SMA	3,46				2,60		
Diploma	3,09	59,947	0,000		2,47	18,962	0,000
S1	3,72				2,54		

Hasil uji beda perbandingan sosial ditinjau dari perbedaan durasi penggunaan *instagram* menunjukkan nilai  $H(1, 331) = 24.427, p < .001$ . Sedangkan, hasil uji beda harga diri ditinjau dari perbedaan tingkat pendidikan menunjukkan nilai  $H(2, 331) = 19.990, p < .001$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perbandingan sosial dan harga diri pada kelompok durasi penggunaan *instagram* yang berbeda. Hasil uji beda berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 6. Hasil Uji Kruskal-Wallis H pada Durasi Penggunaan *Instagram*

Durasi	Perbandingan Sosial			Harga Diri		
	Mean	H	p	Mean	H	p
1-3 jam perhari	3,21			2,50		
3-5 jam perhari	3,66	24,427	0,000	2,62	19,990	0,000
>5 jam perhari	3,56			2,50		

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perbandingan sosial dan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna sosial media *Instagram*. Maka, dapat disimpulkan hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian telah dilakukan oleh Chusniah (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan perbandingan sosial. Keterkaitan tersebut dibuktikan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jiang dan Ngien (2020). Semakin rendahnya harga diri dengan tingginya perbandingan sosial pada media sosial dapat dijelaskan berdasarkan fungsi *instagram* itu sendiri. *Instagram* merupakan suatu sarana yang dapat merepresentasikan suatu standar visual yang berlebihan, seperti standar kecantikan dan tubuh yang terlalu idealis (Sherlock & Wagstaff, 2019).

Adanya standar yang berlebihan dapat menyebabkan dampak negatif pada individu yang menggunakan *instagram*, terutama pada masa dewasa awal yang sedang gencar untuk mencari koneksi sosial dan mengembangkan representasi yang positif. Ketika tidak mendapatkan timbal balik yang diinginkan dan selalu terpapar oleh standar kecantikan yang tinggi, individu dapat memberikan evaluasi diri sendiri yang negatif, sehingga merasa harga diri individu menjadi turun (Sherlock & Wagstaff, 2019). Individu hanya akan merasa diterima oleh orang lain jika individu tersebut merasa mereka memiliki keberhargaan diri dan berharga bagi orang lain (Chusniah et al.,

2021). Dapat dikatakan bahwa harga diri seseorang yang menggunakan sosial media akan terbentuk bergantung dengan umpan balik dari orang lain terhadap dirinya (Stapleton, et al., 2017).

Selain hipotesis utama, terdapat pula beberapa perbedaan pada tingkat harga diri dan perbandingan sosial berdasarkan usia dan durasi penggunaan sosial media. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa usia yang lebih muda cenderung memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih tinggi dibandingkan usia yang lebih tua (Van der Aar et al., 2018). Pada penelitian ini, tingkat *mean* perbandingan sosial paling tinggi ditemukan pada usia 24 tahun, yang lebih tinggi dibandingkan tingkat *mean* pada usia 18 tahun. Penelitian lain menjelaskan bahwa perbandingan sosial tetap akan ada pada usia manapun, namun konteks dari perbandingan sosial itu sendiri lah yang akan mengalami perubahan (Cheng et al., 2021). Selain itu, pada penelitian ini, usia yang diteliti adalah usia yang masih berada dalam satu rentang masa perkembangan, yaitu dewasa awal, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya.

Harga diri pada penelitian sebelumnya cenderung dikatakan menurun pada masa remaja dan meningkat ketika beranjak ke masa dewasa (Orth et al., 2018). Pada penelitian ini, sebaliknya, usia yang lebih dewasa memiliki tingkat *mean* harga diri yang lebih rendah dibandingkan usia yang lebih muda. Hasil penelitian ini juga perlu dipertimbangkan karena partisipan masih berada pada tahap perkembangan dewasa awal yang sama. Selain itu, pada penelitian ini, mayoritas partisipan memiliki tingkat *self-esteem* yang rendah, berbeda pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Orth et al. (2018). Penelitian ini namun memiliki partisipan berjenis kelamin perempuan yang juga biasa menggunakan sosial media *instagram*, sehingga hasil penelitian dapat berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Penemuan lain pada penelitian ini adalah terdapat perbedaan tingkat harga diri dan perbandingan sosial ketika dilihat berdasarkan durasi penggunaan *instagram*. Tingkat *mean* perbandingan sosial lebih tinggi pada durasi (lebih dari 5 jam) dan lama penggunaan *instagram* yang lebih lama (di atas 5 tahun). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa durasi penggunaan media sosial dapat memberikan peluang bagi para pengguna untuk melakukan perbandingan sosial secara lebih sering, sehingga menunjukkan tingginya perbandingan sosial ketika menggunakan media sosial secara lebih lama (Burke et al., 2020). Tingkat *mean* harga diri juga ditemukan paling rendah ada pada durasi penggunaan *instagram* yang lebih lama pula (di atas 5 jam). Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang juga menemukan bahwa tingkat penggunaan sosial media yang semakin lama diasosiasikan dengan penurunan harga diri secara signifikan (Jan et al., 2017).

Tingkat perbandingan sosial dan harga diri juga ditemukan terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat pendidikan yang berbeda. Tingkat *mean* perbandingan sosial pada individu dengan pendidikan terakhir SMA lebih tinggi dibandingkan tingkat pendidikan lainnya. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Jiang dan Ngien (2020), yang tidak menemukan adanya hubungan signifikan antara perbandingan sosial dengan tingkat pendidikan. Perbedaan hasil dapat diatribusikan pada sampel yang berbeda, yaitu pada penelitian ini adalah para wanita pada usia dewasa awal, yang lebih rentan melakukan perbandingan sosial. Penjelasan lainnya adalah individu dengan pendidikan terakhir SMA dapat memiliki usia yang lebih muda, yang ditemukan sebelumnya memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih tinggi dibandingkan usia yang lebih tua (Pulford et al., 2018). Selain itu, pada tingkat harga diri partisipan, partisipan dari pendidikan terakhir SMA memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibandingkan tingkat pendidikan diploma, ataupun S1. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa tingkat *self-*

*esteem* pada mahasiswa pendidikan tingkat awal lebih tinggi dibandingkan mahasiswa pendidikan tingkat akhir (Kanwal et al., 2020). Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk mengambil kesimpulan yang lebih pasti.

Penelitian ini berfungsi untuk memberikan gambaran bahwa penggunaan sosial media *instagram* yang berlebihan dapat memberikan peluang bagi para pengguna wanita dewasa awal untuk melakukan perbandingan sosial yang juga berlebihan, sehingga berdampak negatif terhadap harga diri individu. Namun, penelitian ini juga tidak terlepas dari beberapa kekurangan dan keterbatasan. Penelitian ini menggunakan metode korelasi untuk mengukur hubungan antara perbandingan sosial dengan harga diri yang dapat bersifat dua arah, dan tidak mengukur adanya sebab-akibat. Selain itu, penelitian ini juga meneliti pada jenis kelamin wanita yang berada pada usia dewasa awal dan merupakan pengguna sosial media *instagram*, sehingga hasil penelitian hanya dapat diterapkan pada kelompok partisipan yang sama, serta generalisasi pada kelompok lainnya perlu untuk diperhatikan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang sudah dilakukan kepada 331 partisipan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perbandingan sosial dan Harga diri pada wanita dewasa awal pengguna sosial media *Instagram*. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian diterima. Pada penelitian ini didapatkan bahwa perbandingan sosial memiliki korelasi negatif dengan Harga diri. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi skor perbandingan sosial maka semakin rendah skor harga diri. Maka semakin rendah seseorang melakukan perbandingan sosial, semakin tinggi rasa harga diri yang dimilikinya. Selain uji hipotesis utama, uji data tambahan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan harga diri dan perbandingan sosial pada kelompok usia, tingkat pendidikan, dan durasi penggunaan *instagram* yang berbeda.

##### Saran

Hasil pada penelitian ini dapat memberikan beberapa saran aplikatif yang dapat diaplikasikan secara langsung pada kehidupan sehari-hari maupun dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk pertimbangan bagi para pengguna *Instagram* terutama pada wanita untuk tetap menggunakan *Instagram* secara bijak dan mengarah ke arah yang positif dengan melihat media sosial *Instagram* sebagai dorongan motivasi agar dapat menginspirasi para pengguna untuk melakukan aktivitas baru yang disertai dengan dukungan sosial dari keluarga, teman, kerabat yang cukup berperan dalam peningkatan harga diri agar memiliki harga diri yang lebih tinggi sehingga dapat lebih menghargai dirinya sendiri.

##### Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Peneliti mengucapkan terima kasih pada seluruh partisipan yang telah bersedia mengisi data yang digunakan dalam penelitian ini.

## REFERENSI

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Burke, M., Cheng, J., & De Gant, B. (2020). Social Comparison and Facebook: Feedback, Positivity, and Opportunities for Comparison. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376482>
- Cheng, J., Burke, M., & de Gant, B. (2021). Country Differences in Social Comparison on Social Media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW3), 1–26. <https://doi.org/10.1145/3434179>
- Chusniah, T., Wildyarti, R. Y., Danyalin, A. M., & Shodiq, A. (2020). Social Comparison as a Predictor of Self-Esteem Amongst Instagram-Using Students during the Covid-19 Pandemic. *International Conference of Psychology, KnE Social Sciences*, 2020, 177–186. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i15.8203>
- De Vries, D. A., Möller, A. M., Wieringa, M. S., Eigenraam, A. W., & Hamelink, K. (2018). Social Comparison as the Thief of Joy: Emotional Consequences of Viewing Strangers' Instagram Posts. *Media Psychology*, 21(2), 222–245. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1267647>
- Dixon, S. (2022). *Number of social network users in selected countries in 2022 and 2021*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/278341/number-of-social-network-users-in-selected-countries>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. In Human Relations. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(23), 329. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>
- 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>
- Kanwal, W., Aziz, T., & Saqib, M. U. (2020). Impact of self Esteem in the Context of Higher Education Rawalpindi and Islamabad University Students. *Global Social Sciences Review*, V(II), 439–446. [https://doi.org/10.31703/gssr.2020\(v-ii\).42](https://doi.org/10.31703/gssr.2020(v-ii).42)
- King, L. A. (2019). Experience psychology (4th ed.). McGraw – Hill Higher Education.
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media and Society*, 21(10), 2160–2182. <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>
- Nardis, Y., & Panek, E. (2018). Explaining Privacy Control on Instagram and Twitter: The Roles of Narcissism and Self-Esteem. *Communication Research Reports*, 1–11. doi:10.1080/08824096.2018.1555522
- Ohannessian, C. M. C., & Vannucci, A. (2021). Social media use and externalizing behaviors during early adolescence. *Youth and Society*, 53(6), 871–893. <https://doi.org/10.1177/0044118X20901737>
- Orth, U., Erol, R. Y., & Luciano, E. C. (2018). Development of self-esteem from age 4 to 94 Years: A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 144(10), 1045–1080. <https://doi.org/10.1037/bul0000161>
- Pulford, B. D., Woodward, B., & Taylor, E. (2018). Do social comparisons in academic settings relate to gender and academic self-confidence? *Social Psychology of Education*, 21(3), 677–690. <https://doi.org/10.1007/s11218-018-9434-1>

- Santrock, J. W. (2019). Life-span development (7th ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Sari, I. A. W. P., & Suarya, L. M. S. (2018). Hubungan antara social comparison dan harga diri terhadap citra tubuh pada remaja perempuan. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 5(2), 265–277. <https://doi.org/https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/download/40398/24550/>
- Saunders, J. F., & Eaton, A. A. (2018). Snaps, selfies, and shares: How three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(6), 343–354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>
- Schmuck, D., Karsay, K., Matthes, J., & Stevic, A. (2019). “Looking up and feeling down” The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users. *Telematics and Informatics*, 42, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101240>
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2018). Exploring the Relationship Between Frequency of Instagram Use, Exposure to Idealized Images, and Psychological Well-being in Women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482–490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Stapleton, P., Luiz. G., & Chatwin, H. (2017). Generation Validation: The Role of Social Comparison in Use of Instagram Among Emerging Adults. *Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142-149. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0444>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- De Vries, D. A., Möller, A. M., Wieringa, M. S., Eigenraam, A. W., & Hamelink, K. (2017). Social Comparison as the Thief of Joy: Emotional Consequences of Viewing Strangers’ Instagram Posts. *Media Psychology*, 21(2), 222–245. doi:10.1080/15213269.2016.1267647
- Wang, J. L., Wang, H. Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The mediating roles of upward social comparison and self-esteem and the moderating role of social comparison orientation in the association between social networking site usage and subjective well-being. *Frontiers in Psychology*, 8(771), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771>
- Yang, C. chen, Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2018). Social media social comparison of ability (but not opinion) predicts lower identity clarity: Identity processing style as a mediator. *Journal of Youth and Adolescence*, 47(10), 2114–2128. <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0801-6>