

Hubungan *Social Comparison* dan *Self-Esteem* pada Mahasiswa Pengguna *Instagram*

Nabila Syachfira, Endah Nawangsih

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

nabilasyachfira05@gmail.com

Abstract—The use of Instagram allows users to make social comparison. Instagram presents the most positive aspects of its users' lives, so that observers can feel inferior when they feel that they're not comparable to others. The study aimed to research correlation between social comparison and self-esteem among student Instagram user. The present study used a correlational research design with 400 students who used Instagram. Measurement of social comparison is using instrument named INCOM (Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale) Gibbons and Buunk (1999). Self-esteem is measured by Rosenberg self-esteem scale. The correlation between social comparison orientation and self-esteem was calculated by Spearman correlation technique. The result shows -0.241 and p-value (Sig.) = 0.000 < α = 0.01, means that there's low correlation between social comparison and self-esteem, also negative correlation between these variables mean the higher of social comparison then the lower of self-esteem.

Keywords— *social comparison, self-esteem, Instagram*

Abstrak— Penggunaan *Instagram* pada mahasiswa memungkinkan penggunaannya untuk melakukan *social comparison*. *Instagram* menampilkan aspek paling positif dari kehidupan penggunaannya yang membuat pengamat dapat merasa rendah diri ketika merasa tidak sebanding dengan orang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram*. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan responden sebanyak 400 orang mahasiswa pengguna *Instagram*. Alat ukur yang digunakan adalah *Scale For Social Comparison Orientation (INCOM, Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale)* oleh Gibbons & Buunk tahun 1999 untuk mengukur *social comparison* dan *Rosenberg Self-esteem Scale* untuk mengukur *self-esteem*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *Rank Spearman*. Nilai korelasi yang dihasilkan sebesar -0,241 dan p-value (Sig.) = 0,000 < α = 0,01. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang rendah antara *social comparison* dan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram*. Nilai negatif pada korelasi menunjukkan bahwa semakin tinggi *social comparison* maka semakin rendah *self-esteem*.

Kata Kunci— *social comparison, self-esteem, Instagram*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi sangat pesat dan canggih. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan media sosial yang semakin digemari

para penggunanya, salah satunya adalah *Instagram*. Pada November 2019 jumlah pengguna aktif bulanan *Instagram* di Indonesia sudah mencapai 61.610.000, dimana rentang usia 18-24 tahun sekitar 23 juta pengguna menjadi paling dominan dalam penggunaan *Instagram* (Kompas.com).

Menurut Gullberg dalam Shane-Simpson, C *et al* (2018) *Instagram* berfokus pada komunikasi visual dimana orang muda saat ini mungkin lebih mengandalkan komunikasi visual dibandingkan orang tua, sehingga *Instagram* menjadi lebih diminati oleh golongan muda. Sheldon dan Bryant (2016) melakukan penelitian pada mahasiswa, menemukan bahwa motif penguasaan *Instagram* di kalangan mahasiswa lebih menekankan pada identitas pribadi dan promosi diri dibandingkan menekankan hubungan dengan orang lain.

Menurut Hwnag, H.S (2019) banyak pengguna yang menghabiskan banyak waktu pada media sosial untuk melihat profil media sosial yang diidealkan, gambar, dan pembaruan status orang lain. Paparan informasi tentang bagaimana orang lain nampak di media sosial dapat mempengaruhi persepsi diri atau bagaimana pengguna tersebut menilai dirinya. Proses bagaimana individu tersebut menilai dirinya melalui informasi yang didapatkan dapat dijelaskan dalam istilah perbandingan sosial (*social comparison*). Menurut teori perbandingan sosial (Festinger dalam de Vries, 2018), orang menggunakan informasi sosial semacam itu untuk belajar tentang situasi mereka sendiri. Individu membandingkan diri dan kehidupan mereka dengan orang lain berdasarkan informasi yang mereka terima tentang orang lain.

Dalam proses *social comparison* ini dibagi menjadi dua dimensi, yaitu *ability* dan *opinion*. *Social comparison of ability* pada dasarnya bersifat menghakimi dan kompetitif, misalnya perbandingan prestasi atau kinerja seseorang. Ini berpusat pada menentukan seberapa baik seseorang melakukan sesuatu, relatif terhadap yang lain (Festinger 1954; Gibbons dan Buunk 1999; Suls *et al.* 2002 dalam Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D, 2018). Sedangkan *social comparison of opinion* meliputi perbandingan pemikiran, sikap, nilai, dan kepercayaan, biasanya bebas dari karakteristik kompetitif dan menghakimi yang tertanam dalam perbandingan kemampuan sosial (Festinger 1954; Suls *et al.* 2000 dalam Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D, 2018).

Berdasarkan penelitian yang berjudul *Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem* oleh Vogel (2014) yang dilakukan pada subjek mahasiswa perempuan,

menunjukkan hasil bahwa subjek penelitian yang menggunakan *Facebook* paling sering memiliki harga diri yang lebih buruk dan ini dimediasi oleh paparan yang lebih besar untuk perbandingan sosial di media sosial. Dalam penelitian ini yang menjadi perbandingan subjek adalah konten positif terkait kesehatan, kebugaran, dan jejaring sosial aktif pada profil pengguna *Facebook*. Hal ini menyebabkan harga diri yang buruk pada mahasiswa setelah melihat konten tersebut.

Social comparison bertujuan untuk mengevaluasi diri yang mana berkaitan dengan *self-esteem* seseorang. Menurut Rosenberg (dalam Galanou, 2014) *self-esteem* adalah refleksi positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri. *Self-esteem* menjadi penting untuk mahasiswa karena salah satu tahap pengembangan inti dari tahap masa remaja dan dewasa awal berpusat pada pengembangan rasa penguasaan (*mastery*) dan kompetensi (*competence*) yaitu terkait erat dengan harga diri (Orth U, 2008). Harga diri yang rendah dan tidak terkendali dapat menyebabkan masalah kesehatan mental seperti *anxiety* dan *depression* (Venzin, 2014). Sehingga mahasiswa membutuhkan pembentukan *self-esteem* yang positif untuk mampu melewati tahap perkembangannya dan terhindar dari masalah kesehatan mental.

Penelitian yang berjudul *Generation Validation: The Role of Social Comparison in Use of Instagram Among Emerging Adults* oleh Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017), dilakukan pada dewasa muda berusia 18-29 tahun. Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa dewasa muda yang menggunakan *Instagram* lebih intens terlibat dalam tingkat perbandingan sosial yang lebih besar ketika mereka memiliki tingkat harga diri yang lebih tinggi yang bergantung pada persetujuan dari orang lain. Dalam proses menilai diri melalui perbandingan sosial ini orang sering kali terjebak dalam bias korespondensi. Misalnya ketika seorang anak muda melihat gambar atau video dari pengguna *Instagram* lain yang menggambarkan pengguna itu bahagia, anak muda itu dapat menyimpulkan bahwa individu itu bahagia tanpa mempertimbangkan situasi yang membuat pengguna itu bahagia.

Dalam artikel yang berjudul *Self-Compassion: An Alternative Conceptualization of a Healthy Attitude Toward Oneself* oleh Neff (2003) terdapat pernyataan bahwa perbandingan sosial telah dikaitkan dengan upaya untuk mempertahankan harga diri. Lianawati, L. (2008) dalam artikelnya yang berjudul *Perbandingan Sosial juga mengatakan bahwa perbandingan sosial yang dilakukan secara downward dapat memperkuat diri (self-enhancement), meningkatkan self-esteem dan mengurangi stres. Sedangkan perbandingan sosial yang dilakukan secara upward dapat membuat orang terpacu untuk melakukan perbaikan atau pengembangan diri (self improvement). Downward comparison merupakan perbandingan sosial yang dilakukan individu dengan memilih subjek perbandingan yang dianggap lebih buruk daripada dirinya, sebaliknya upward comparison dilakukan individu dengan memilih subjek perbandingan yang dianggap lebih baik daripada dirinya.*

Menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018, pengguna internet terbanyak ada di Jawa Barat (Okezone.com). Menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi dalam Guna (2017) menunjukkan bahwa provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia yaitu sebesar 600.781 orang. Hal ini ditunjang dengan adanya kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang juga merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal memiliki berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta yang memicu banyaknya mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung. Dilihat juga dari data Kompas.com yang menunjukkan banyaknya pengguna Instagram di rentang usia 18-24 tahun, diasumsikan bahwa rentang usia ini didominasi oleh kelompok mahasiswa.

Artikel yang menunjukkan bahwa perbandingan sosial (*social comparison*) dapat mempertahankan harga diri (*self-esteem*) bahkan meningkatkan *self-esteem* berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Vogel (2014) dan Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017), dimana *social comparison* dapat membuat *self-esteem* menjadi rendah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Vogel (2014) meneliti *social comparison* pada pengguna *Facebook*, sedangkan saat ini media sosial *Instagram* lebih populer dalam kalangan anak muda dibandingkan *Facebook*. Pada penelitian Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017) tidak mengukur *social comparison* berdasarkan kedua dimensi. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, melihat apakah *social comparison* berdasarkan kedua dimensinya memiliki hubungan dengan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram*. Selanjutnya, dari data yang menunjukkan banyaknya mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung, maka peneliti perlu melakukan studi awal di Kota Bandung pada mahasiswa pengguna *Instagram* untuk melihat hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*.

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk meneliti hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram*.
2. Untuk meneliti hubungan antara *social comparison of ability* dan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram*.
3. Untuk meneliti hubungan antara *social comparison of opinion* dan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram*.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Menurut Festinger (dalam Yonathan, 2015), *social comparison* merupakan proses subyektif seseorang membandingkan kemampuan dan penampilan dirinya dengan orang lain yang berada dalam lingkungannya. Tujuan orang melakukan *social comparison* yaitu memperoleh penilaian yang lebih akurat mengenai dirinya dalam masyarakat (Yonathan, 2015).

Dalam proses *social comparison* ini dibagi menjadi dua dimensi, yaitu *ability* dan *opinion*. *Social comparison of*

ability pada dasarnya bersifat menghakimi dan kompetitif, misalnya perbandingan prestasi atau kinerja seseorang. Sedangkan *social comparison of opinion* meliputi perbandingan pemikiran, sikap, nilai, dan kepercayaan, biasanya bebas dari karakteristik kompetitif dan menghakimi yang tertanam dalam perbandingan kemampuan sosial (Festinger 1954; Suls et al. 2000 dalam Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D, 2018).

Beberapa aspek *social comparison* menurut Festinger 1954 dalam Amalia (2018), yaitu:

- a. *Evaluate opinions and abilities accurately*
Individu berkeinginan untuk mengevaluasi pendapat dan kemampuan diri secara akurat.
- b. *Evaluate through comparisons with other people*
Individu membandingkan diri dengan orang lain.
- c. *Prefer to compare with similar other*
Individu membandingkan diri dengan orang-orang sebayanya.

Definisi Rosenberg (dalam Guindon, 2010) *self-esteem* adalah refleksi positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri.

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

- a. Dimensi akademik yaitu mengenai persepsi individu terhadap kualitas pendidikannya.
- b. Dimensi sosial yaitu persepsi individu terhadap relasi sosial yang dijalin dengan orang lain.
- c. Dimensi emosional yaitu keterlibatan individu terhadap emosi yang dirasakannya.
- d. Dimensi keluarga yaitu mengenai keterlibatan individu dalam partisipasi dan integrasi di dalam keluarganya.
- e. Dimensi fisik yaitu persepsi individu mengenai kondisi fisiknya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

			<i>Social comparison</i>	<i>Self-esteem</i>
Spearman's rho	<i>Social Comparison</i>	Correlation Coefficient	1.000	-.241**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	<i>Self-esteem</i>	Correlation Coefficient	-.241**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, didapat nilai p-value (Sig.) = $0,000 < \alpha = 0,01$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan (korelasi) antara *Social Comparison* dengan *Self-Esteem*. Nilai korelasi antara *social comparison* dengan *self-esteem* adalah sebesar $-0,241$, nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel berbanding terbalik (karena bernilai negatif) yaitu apabila *social comparison* tinggi maka *self-esteem* menjadi rendah, begitu juga sebaliknya. Nilai korelasi $-0,241$ juga menunjukkan bahwa berdasarkan tabel ketentuan kekuatan hubungan korelasi, terdapat hubungan korelasi yang rendah antara variabel *social comparison* dengan *self-esteem*.

B. Hubungan antara *social comparison of ability* dan *self-esteem*

			<i>Social comparison ability</i>	<i>Self-esteem</i>
Spearman's rho	<i>Social Comparison Ability</i>	Correlation Coefficient	1.000	-.285**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	<i>Self-esteem</i>	Correlation Coefficient	-.285**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

Berdasarkan tabel di atas, didapat nilai p-value (Sig.) = $0,000 < \alpha = 0,01$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan (korelasi) antara *Social Comparison of Ability* dengan *Self-Esteem*. Nilai korelasi antara *social comparison of ability* dengan *self-esteem* adalah sebesar $-0,285$, nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel berbanding terbalik (karena bernilai negatif) yaitu apabila *social comparison of ability* tinggi maka *self-esteem* menjadi rendah, begitu juga sebaliknya. Nilai korelasi $-0,285$ juga menunjukkan bahwa berdasarkan tabel ketentuan kekuatan hubungan korelasi, terdapat hubungan korelasi yang rendah antara variabel *social comparison of ability* dengan *self-esteem*.

C. Hubungan antara *social comparison of ability* dan *self-esteem*

			<i>Social comparison opinion</i>	<i>Self-esteem</i>
Spearman's rho	<i>Social Comparison Opinion</i>	Correlation Coefficient	1.000	.180**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	<i>Self-esteem</i>	Correlation Coefficient	.180**	1.000

	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, didapat nilai p-value (Sig.) = 0,000 < α = 0,01 maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan (korelasi) antara *Social Comparison of Opinion* dengan *Self-Esteem*. Nilai korelasi antara *social comparison of opinion* dengan *self-esteem* adalah sebesar 0,180, nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel searah (karena bernilai positif) yaitu apabila *social comparison of opinion* tinggi maka *self-esteem* menjadi tinggi. Nilai korelasi 0,180 juga menunjukkan bahwa berdasarkan tabel ketentuan kekuatan hubungan korelasi, terdapat hubungan korelasi yang sangat rendah antara variabel *social comparison of opinion* dengan *self-esteem*.

Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi dengan *Rank Spearman* antara *social comparison* dan *self-esteem* yang diperoleh dari sampel penelitian sebanyak 400 mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung, diperoleh nilai korelasi sebesar -0,241 dengan nilai p-value (Sig.) = 0.000 < α = 0,01. Nilai korelasi yang diperoleh menunjukkan hubungan antara kedua variabel yang bernilai negatif, yaitu semakin tinggi *social comparison* maka *self-esteem* semakin rendah. Nilai korelasi -0,241 juga menunjukkan hubungan yang rendah antara *social comparison* dan *self-esteem*. Nilai korelasi ini mengartikan bahwa semakin tinggi *social comparison* maka semakin rendah *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung. Hasil korelasi pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Vogel (2014) dan Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017) bahwa *social comparison* yang dilakukan di media sosial membuat *self-esteem* menjadi rendah.

Berdasarkan uji korelasi antara *social comparison of ability* dan *self-esteem* maka didapat nilai korelasi sebesar -0,285, yang artinya jika *social comparison of ability* tinggi maka *self-esteem* menjadi rendah, begitu juga sebaliknya. Nilai korelasi -0,285 juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan korelasi yang rendah antara variabel *social comparison of ability* dengan *self-esteem*. Sedangkan uji korelasi antara *social comparison of opinion* dan *self-esteem* mendapatkan nilai korelasi sebesar 0,180, yang artinya jika *social comparison of opinion* tinggi maka *self-esteem* menjadi tinggi juga. Nilai 0,180 menunjukkan hubungan yang sangat rendah antara *social comparison of opinion* dan *self-esteem*.

Kemungkinan *social comparison of opinion* tidak membuat *self-esteem* menjadi rendah karena mahasiswa lebih berfokus pada *social comparison of ability*. Mahasiswa lebih sering membandingkan kemampuannya dalam hal hubungan sosial, prestasi, kepemilikan barang, atau gaya hidup dibandingkan dengan membandingkan pendapat. Sesuai dengan hasil studi awal yang dipaparkan di latar belakang penelitian, mahasiswa mengatakan bahwa perbandingan pendapat tidak membuatnya merasa rendah diri, melainkan pendapat yang berbeda itu dijadikan sebagai informasi atau wawasan tambahan bagi mahasiswa tersebut. Sesuai dengan

penelitian Park, S. Y., & Baek, Y. M. (2018) yang menyatakan bahwa orang cenderung menggunakan pendapat orang lain untuk mengevaluasi pendapat sendiri, yang cenderung menghasilkan perasaan menyenangkan daripada perasaan yang tidak menyenangkan.

Menurut Berzonsky (1988, 2008) teori pemrosesan identitas dapat menjelaskan bahwa *social comparison* berkontribusi terhadap rendahnya *self-esteem* dengan menggunakan gaya pemrosesan identitas. Dengan gaya normatif, *social comparison* meningkatkan kesadaran akan norma-norma penting tertentu (misalnya standar kecantikan, kebenaran pendapat). Hal ini berlaku bagi pengguna *Instagram*, mereka cenderung memiliki evaluasi negatif pada diri sendiri ketika mereka melihat dirinya berbeda dengan kebanyakan orang yang dilihatnya di *Instagram*. Perbedaan norma (standar orang-orang di *Instagram*) mendorong mereka untuk melakukan perubahan demi mengikuti harapan dan nilai-nilai kelompok referensi. Biasanya pengguna *Instagram* menggunakan gaya *diffuse-avoidant* dengan mengabaikan suara-suara *online* sebagai cara melindungi citra diri mereka. Namun, penghindaran semacam itu akan membuat pengguna terisolasi dari komunitas *online* yang menyebabkan *self-esteem* mereka menjadi rendah.

Klass dan Hodge dalam Almaliki (2019) berpendapat bahwa *self-esteem* didapat dari hasil interaksi individu dengan lingkungan, serta penerimaan dan perlakuan orang lain terhadap individu tersebut. *Self-esteem* yang terbentuk pada mahasiswa pengguna *Instagram* ini didapat setelah mereka berinteraksi secara *online* dengan pengguna *Instagram* lainnya. Mahasiswa mencari *feedback* dengan membandingkan kemampuan maupun opininya dengan bagaimana kemampuan dan opini pengguna lain.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang rendah antara *social comparison* dan *self-esteem* yaitu dengan nilai korelasi sebesar -0,241. Arah hubungan ini negatif yaitu semakin tinggi *social comparison* maka semakin rendah *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung.
2. Terdapat hubungan yang rendah antara *social comparison of ability* dan *self-esteem* yaitu dengan nilai korelasi sebesar -0,285. Arah hubungan ini negatif yaitu semakin tinggi *social comparison of ability* maka semakin rendah *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung.
3. Terdapat hubungan yang sangat rendah antara *social comparison of opinion* dan *self-esteem* yaitu dengan nilai korelasi sebesar 0,180. Arah hubungan ini positif yaitu semakin tinggi *social comparison of opinion* maka semakin tinggi *self-esteem* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung.
4. Sebanyak 65,75% mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung memiliki *social comparison* yang

tinggi, sedangkan 34,25% lainnya memiliki *social comparison* yang rendah.

5. Sebanyak 75,25% mahasiswa pengguna *Instagram* di Kota Bandung memiliki *self-esteem* yang tinggi, sedangkan 24,75% lainnya memiliki *self-esteem* yang rendah.

V. SARAN

A. Saran bagi mahasiswa pengguna *Instagram*

Hasil penelitian yang menunjukkan semakin tinggi *social comparison* maka *self-esteem* semakin rendah membuktikan bahwa keseringan melakukan *social comparison* dapat membuat *self-esteem* rendah. Saran untuk mahasiswa adalah mengurangi intensitas melakukan *social comparison* di *Instagram* karena dapat membuat *self-esteem* mahasiswa menjadi rendah. Saran lainnya yaitu mahasiswa berlatih mempraktikkan penerimaan diri, hal ini dapat membuat mahasiswa tetap menerima keadaan dirinya walaupun tidak sebanding dengan orang lain yang dilihat di *Instagram*. Penerimaan diri ini membuat mahasiswa tidak langsung menilai dirinya negatif yang dapat menyebabkan *self-esteem* rendah, sehingga berlatih mempraktikkan penerimaan diri menjadi penting untuk mahasiswa pengguna *Instagram* yang sering melakukan *social comparison*.

B. Saran bagi peneliti selanjutnya

Dikarenakan hasil penelitian menunjukkan tingkat hubungan yang rendah antara *social comparison* dan *self-esteem*, maka peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang memungkinkan adanya hubungan yang kuat dengan *social comparison*. Peneliti selanjutnya juga sebaiknya menggunakan alat ukur *social comparison* yang dapat melihat arah perbandingan sosial tersebut, sehingga dapat memperkaya analisis data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Almaliki, M. (2019). Analisis faktor-faktor pembentuk *self-esteem* santri (Studi Kasus di Pondok Pesantren Attaqwa Pusat Putera Bekasi) (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah).
- [2] Amalia, R. R. (2018). *Social Comparison dan Body Dissatisfaction pada Mahasiswi Universitas X di Yogyakarta*.
- [3] Ardi, Z., & Sukmawati, I. (2017). *Social Media and the Quality of Subjective Well-Being: Counseling Perspective in Digital Era*. Bandungkota.bps.go.id (Diakses 20 Mei 2020)
- [4] Berzonsky, M. D. (1988). *Self-theorists, identity status, and social cognition*. In D. K. Lapsley & F. C. Power (Eds.), *Self, ego, and identity: Integrative approaches* (pp. 243–262). Springer.
- [5] Berzonsky, M. D. (2008). *Identity formation: The role of identity processing style and cognitive processes*. *Personality and Individual Differences*, 44, 645–655.
- [6] Cast, A. D., & Burke, P. J. (2002). *A theory of self-esteem*. *Social forces*, 80(3), 1041-1068.
- [7] Civitci, N., & Civitci, A. (2015). *Social Comparison Orientation, Hardiness and Life Satisfaction in Undergraduate Students*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 516-523. doi <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.09.062>.
- [8] Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016). *Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue*. *Computers in Human Behavior*, 64, 739-746.
- [9] 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
- [10] Febrina, D. T., Suharso, P. L., & Saleh, A. Y. (2018). *Self-Esteem Remaja Awal: Temuan Baseline Dari Rencana Program Self-Instructional Training Kompetensi Diri*. *Jurnal Psikologi Insight*, 2(1), 43-56.
- [11] Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihari, R. (2016). *Pemakaian media sosial dan self concept pada remaja*. *Manasa-old*, 5(1), 30-41.
- [12] Fiske, S. T. (2010). *Envy up, scorn down: How comparison divides us*. *American Psychologist*, 65(8), 698-706. doi: <http://doi.org/10.1037/0003-066X.65.8.698>.
- [13] Galanou, C., Galanakis, M., Alexopoulos, E., & Darviri, C. (2014). *Rosenberg self-esteem scale Greek validation on student sample*. *Psychology*, 5(08), 819.
- [14] Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). *Individual differences in social comparison: The development of a scale of social comparison orientation*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129-142.
- [15] Guindon. (2010). *Self-esteem across the lifespan*. New York: Routledge
- [16] Guna, B., & Martini, E. (2017). *Penggunaan Instagram Sebagai Alat Pemasaran (perspektif Pada Mahasiswa Di Kota Bandung)*. *eProceedings of Management*, 4(1).
- [17] Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). *Development and validation of a scale for measuring state self-esteem*. *Journal of Personality and Social psychology*, 60(6), 895.
- [18] Herdiyanto, A. P., & Surjaningrum, E. R. (2014). *Hubungan Antara Dukungan Sosial dan Self Esteem pada Remaja Penyalahguna Zat yang Sedang dalam Masa Rehabilitasi*. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 2(1), 1-6
- [19] <https://techno.okezone.com/read/2019/05/21/207/2058456/apjii-pulau-jawa-sumbang-kontribusi-paling-besar-pengguna-internet-di-indonesia> (Diakses 23 Februari 2020)
- [20] <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia> (Diakses 23 Februari 2020)
- [21] <https://tirto.id/facebook-ditinggalkan-yang-muda-dipertahankan-yang-tua-cMvV> (Diakses 3 Maret 2020)
- [22] Hwnag, H. S. (2019). *Why Social Comparison on Instagram Matters: Its impact on Depression*. *TIIS*, 13(3), 1626-1638.
- [23] 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+ Society*, 6(2), 2056305120912488.
- [24] Knight-McCord, J., Cleary, D., Grant, N., Herron, A., Lacey, T., Livingston, T., & Emanuel, R. (2016). *What social media sites do college students use most*. *Journal of Undergraduate Ethnic Minority Psychology*, 2(21), 21-26
- [25] Lee, S. Y. (2014). *How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook*. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260.
- [26] Lianawati, L. (2008). *Perbandingan Sosial*. *Metamorfosis*, 2(11).
- [27] Malay, E. D. (2019). *Instagram Use and First-Year College Students' Social Adjustment*. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 10(01), 25-35.
- [28] Meidina, V. S. (2016). *Hubungan antara Social Comparison dengan Self Esteem dan Gratitude pada Remaja Pengguna*

- Instagram di Kota Bandung. (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- [30] Milla, I. (2018). Pengaruh Pendidikan Inklusif Terhadap Keterampilan Sosial dan Self Esteem Siswa Berkebutuhan Khusus di Sekolah Dasar Se-Kecamatan
- [31] Neff, K. D. (2003). Self-Compassion: An Alternative Conceptualization of a Healthy Attitude Toward Oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85–101. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- [32] Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of abnormal child psychology*, 43(8), 1427-1438.
- [33] Orth, U., Robins, R. W., & Roberts, B. W. (2008). Low self-esteem prospectively predicts depression in adolescence and young adulthood. *Journal of personality and social psychology*, 95(3), 695.
- [34] Park, S. Y., & Baek, Y. M. (2018). Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being. *Computers in Human Behavior*, 79, 83-93.
- [35] Putra, J. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikohumaniora Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol 3: No. 2
- [36] Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., & Gillespie-Lynch, K. (2018). Why do college students prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital. *Computers in Human Behavior*, 86, 276-288.
- [37] Shaw, M & Costanzo, P. (1982). *Theories of Social Psychology* (second edition). New York: McGraw-Hill
- [38] Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, 58, 89-97.
- [39] Srisayekti, W., & Setiady, D. A. (2015). Harga-diri (Self-esteem) Terancam dan Perilaku Menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2), 141-156.
- [40] Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Generation Validation: The Role of Social Comparison in Use of Instagram Among Emerging Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142–149. doi:10.1089/cyber.2016.0444
- [41] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [42] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- [43] Sukardi. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- [44] Venzin, E. (2014). How does low self-esteem negatively affect you. *Psych Central*.
- [45] Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206.
- [46] Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256
- [47] White, J. B., Langer, E. J., Yariv, L., & Welch IV, J. C. (2006). Frequent Social Comparisons and Destructive Emotions and Behaviors: The Dark Side of Social Comparisons. *Journal of Adult Development*, 13(1), 36-44. <http://doi.org/10.1007/s10804-006-9005-0>.
- [48] Winata, C., & Andangsari, E. W. (2017). Dispositional Gratitude and Social Comparison Orientation among Social Media Users. *Humaniora*, 8(3), 229-237.
- [49] Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D. (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.
- [50] Yonathan, D. (2015). Hubungan antara Social Comparison dengan Body Image Pada Remaja (Doctoral dissertation).