

Self-Esteem Remaja Pengguna Instagram di Bandar Lampung Ditinjau dari Social Comparison

Viny Adinda Harfiani ^{a*}, Dian Febriany Putri ^b

Universitas Islam Indonesia

Corresponding Author:

Universitas Islam Indonesia

Jl. Kaliurang km. 14,5 Sleman, Yogyakarta 55584 Indonesia

vinyadindaharfiani@gmail.com

Naskah masuk: 20 Juli 2023

Naskah terima: 10 September 2023

Naskah diterbitkan: 31 Desember 2023

Abstrak

Self-esteem yang dimiliki seseorang akan berpengaruh terhadap bagaimana individu melihat dirinya sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung (n=174). Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan survei sebagai metode pengambilan data. Alat ukur yang digunakan adalah *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) milik Rosenberg dan *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) milik Gibbons and Buunk. Data dianalisis dengan uji korelasi menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung. *Social comparison* memiliki korelasi yang kuat dengan salah satu aspek *self-esteem* yakni *self-deprecation*. Artinya jika seseorang melakukan *social comparison* secara berlebihan akan membuat individu merasa dirinya menjadi rendah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka hipotesis pada penelitian ini diterima.

Kata Kunci

Remaja; Self-Esteem; Social Comparison

Abstract

A person's self-esteem will affect how an individual sees himself or herself. This study aimed to find the relationship between social comparison and self-esteem in teenage Instagram users in Bandar Lampung (n=174). The research design is quantified by using surveys as a data retrieval method. The measurements used were Rosenberg's Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) and Gibbons and Buunk's Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM). Data are analyzed by correlation tests utilizing the help of the SPSS application. Research results show a relationship between social comparison and self-esteem among Instagram users in Bandar Lampung. Social comparison has a strong correlation with one aspect of self-esteem: self-decision. It means that if one overdoes social comparison, it makes the individual feel inferior. Based on the research done, the hypothesis of this study was accepted.

Keywords

Adolescences; Self-Esteem; Social Comparison

Pendahuluan

Menurut Jiang & Ngien (2020) Instagram menjadi salah satu media sosial yang berkembang paling pesat. Hal ini sesuai dengan laporan dari Napoleon Cat dalam media kabar DataIndonesia.id (2022) menyatakan jika pada April 2022 tercatat pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,9 juta. Instagram sendiri dapat digunakan untuk berbagi konten berupa status, foto, video, dan identitas personal. Namun, dibalik membagikan kisah di Instagram, seringkali menimbulkan dampak psikologis bagi penggunaannya berupa *self-esteem* yang dapat naik maupun turun dimana menurut Putra (2018) dampak tersebut bisa terkena pada siapapun terlebih salah satunya adalah remaja.

Masa remaja adalah masa peralihan antara masa kehidupan dari anak-anak menuju dewasa. Masa remaja juga dikenal dengan masa pencarian jati diri (Desmita 2014). Menurut Hurlock (1998) usia remaja dimulai dari 13 dan diakhiri pada usia 18 tahun. Remaja yang sedang mencari jati diri cenderung melihat dan mencontoh orang lain salah satunya di Instagram untuk mendapatkan sisi terbaik dalam dirinya. Namun terkadang cara tersebut berakibat pada menurunnya *self-esteem* apabila tidak menggunakannya dengan baik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Evelin & Adishesa (2020), semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka akan semakin rendah *self-esteem* remaja.

Menurut Rosenberg, *self-esteem* merupakan evaluasi positif individu secara keseluruhan terhadap diri sendiri. Ia meyakini individu yang memiliki *self-esteem* tinggi akan cenderung menghargai dirinya sendiri dan menganggap bahwa dirinya berharga. *Self-esteem* juga dapat diartikan sebagai sebuah sikap terhadap diri sendiri atas kelayakan atas dirinya sendiri (Rosenberg, Schooler, dan Schoenbach 1989). Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi, akan menghadirkan pribadi yang positif berupa sikap yang baik ketika berinteraksi dengan orang lain. Selaras dengan hal tersebut, individu yang memiliki *self-esteem* tinggi juga akan membuatnya dapat bangkit kembali ketika sedang mengalami tekanan. Namun, individu yang mengalami kegagalan akan membuat *self-esteem* individu menjadi turun. Santrock (2011) menyatakan jika *self-esteem* yang ada pada remaja mencerminkan persepsi yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Penelitian lain menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi akan berdampak pada *self-esteem* seseorang. Hal ini terjadi karena ketika menggunakan media sosial, subjek cenderung melakukan perbandingan sosial atau *social comparison* dengan orang lain. Perilaku tersebut akan menyebabkan seseorang menjadi tidak yakin dengan kemampuan yang dimiliki. Seperti contoh ketika melihat orang lain mengunggah hasil lukisan di Instagram, ini akan membuat individu menjadi tidak yakin dengan kemampuan melukis yang dimiliki karena hasilnya tidak sama (Fagundes, Marot, dan Natividade 2020). *Social comparison* merupakan perilaku membandingkan diri sendiri dengan orang lain yang bertujuan untuk mengevaluasi dirinya (Hasanati 2020). Terdapat dua jenis *social comparison*, antara lain: 1) *Downward social comparison*, yaitu membandingkan diri sendiri dengan orang lain yang dianggap lebih buruk, dan 2) *Upward social comparison*, yaitu membandingkan diri sendiri dengan orang lain yang dianggap lebih baik (Putra 2018).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti melakukan *preliminary research* terhadap 6 remaja di Bandar Lampung. Hasilnya remaja di Bandar Lampung telah memiliki *self-esteem* yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan ciri pencapaian mereka baik dalam bidang akademik dan non akademik, telah mengetahui apa yang disukai diri subjek sehingga subjek telah mengetahui tujuan dalam hidupnya, memiliki banyak teman, mudah beradaptasi, dan diterima di *peer group* subjek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hanifuddin et al. (2021) dimana pencapaian seseorang seperti pencapaian akademik, kesuksesan, dan pujian akan mempengaruhi *self-esteem*. Selain itu, menurut Leary (1999) *self-esteem* akan meningkat jika seseorang memiliki prestasi, mendapatkan pujian, dan mengalami kejadian yang *menyenangkan*. Sedangkan Yudiono dan Sulisty (2020) menjelaskan karakteristik individu yang memiliki *self-esteem* tinggi adalah memiliki prestasi yang baik, mampu bersosialisasi dengan baik, mampu beradaptasi dengan lingkungan baru, cenderung tidak memikirkan penilaian orang lain, dan percaya pada persepsi diri sendiri.

Peneliti mengakui penelitian mengenai *social comparison* dan *self-esteem* telah banyak dilakukan. Terdapat beberapa penelitian yang memiliki tema *social comparison* dan *self-esteem* seperti penelitian yang dilakukan oleh Alfasi (2019) dengan judul “*The Effect of Facebook Social Comparison on State Self-Esteem and Depression*” memiliki perbedaan dengan penelitian peneliti dalam hal metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan metode eksperimen yang dilakukan kepada 80 peserta dengan rentang usia 19-35 tahun yang menggunakan Facebook secara aktif. Berdasarkan penjelasan beberapa penelitian di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem*. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *social comparison* secara signifikan memiliki hubungan dengan *self-esteem* khususnya pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung.

Metode

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara daring menggunakan *google form*. Proses penyebaran data dibantu dengan mengirimkan tautan di berbagai media sosial kepada khalayak umum dengan mencantumkan kriteria responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu pilihan yang disengaja dari responden karena kualitas yang dimiliki oleh responden tersebut (Etikan 2016). Berdasarkan variabel yang diangkat dalam penelitian ini, maka subjek penelitian adalah remaja SMA di Bandar Lampung dan pengguna media sosial Instagram.

Partisipan

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu pilihan yang disengaja dari responden karena kualitas yang dimiliki oleh responden tersebut (Etikan, 2016). Berdasarkan variabel yang diangkat dalam penelitian ini, maka subjek penelitian adalah remaja SMA di Bandar Lampung dan pengguna media sosial

Instagram. Total dari responden dalam penelitian ini adalah 174 responden.

Prosedur dan Desain

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada remaja di Bandar Lampung. Berikut merupakan prosedur penelitian yang dilakukan peneliti:

1. Sebelum memilih subjek penelitian, peneliti melakukan *preliminary research* untuk memperoleh permasalahan dengan cara wawancara dan observasi terhadap beberapa remaja di Bandar Lampung. *Subjek* menyatakan jika sudah mengetahui apa yang menjadi kelebihan dalam dirinya dan kelebihan ini biasanya suka dibandingkan dengan dirinya. Permasalahan di atas membuat peneliti akan meneliti bagaimana hubungan *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja di Bandar Lampung.
2. Setelah mengetahui permasalahan pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung, selanjutnya peneliti melakukan pengambilan *tryout* data baik secara luring maupun daring. Proses uji coba (*tryout*) dilakukan pada kedua skala. Uji coba skala akan dilakukan secara daring dengan bantuan *google form*.
3. Sebelum melakukan pengambilan data, peneliti membuat surat izin penelitian kepada beberapa sekolah untuk mengambil data penelitian.
4. Peneliti selanjutnya mengambil data penelitian pada subjek remaja di Bandar Lampung untuk memperoleh data dalam penelitian ini. Setelah data sudah cukup terkumpul maka selanjutnya peneliti melakukan seleksi data. Seleksi data responden dilakukan untuk memastikan responden berada sesuai dengan kriteria.
5. Setelah seluruh data terkumpul peneliti melakukan uji normalitas, validitas, reliabilitas, dan uji korelasi.

Alat Ukur

Terdapat dua skala yang disebar, yaitu skala *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) oleh Rosenberg (1965) dan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) oleh Gibbons & Buunk (1999). Skala pertama yakni *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) terdiri total 10 aitem dengan 5 aitem *favourable* dan 5 aitem *unfavourable*. Setiap aitem memiliki 4 tingkatan yang mewakili keadaan responden. Nilai reliabilitas atau koefisien *Cronbach alpha* skala ini adalah 0.704 yang artinya skala ini reliabel. Berdasarkan *tryout* data yang dilakukan terdapat satu aitem yakni aitem delapan yang memiliki nilai $p = 0.195 (>0.05)$ yang artinya aitem tersebut tidak reliabel. Sehingga aitem delapan tidak digunakan dengan total skala sembilan aitem. Sedangkan skala kedua yang digunakan yakni *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM). INCOM terdiri dari dua dimensi, yaitu *comparison of abilities* dan *comparison of opinions* dengan total 11 aitem dan 2 diantaranya merupakan aitem *favourable* dan 9 lainnya *unfavourable*. Nilai reliabilitas atau koefisien *cronbach alpha* pada skala ini adalah 0.614 dan seluruh aitem memiliki nilai *corrected item-total correlations* di atas 0.36, yang artinya skala ini reliabel. Berdasarkan *tryout* data yang dilakukan terdapat satu aitem yakni aitem sebelas yang memiliki nilai $p = 0.417 (>0.05)$ yang

artinya aitem tersebut tidak reliabel. Sehingga aitem sebelas tidak digunakan dengan total skala sepuluh aitem.

Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan program bantuan statistik yakni SPSS versi 26 untuk *Macbook*.

Hasil

Penelitian ini dilakukan di SMA dan SMK pengguna Instagram Bandar Lampung. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan subjek sebanyak 174 responden. Terdapat 90 responden perempuan dan 84 responden laki-laki dengan rentang usia 15-18 tahun. Setelah mendapatkan deskripsi data penelitian, peneliti melakukan interpretasi skor yang dikategorisasikan berdasarkan skor total skala dari masing-masing responden. Kategori skor akan dibagi menjadi lima jenjang yang berbeda dengan menggunakan nilai standar deviasi dan *mean*. Berdasarkan deskripsi data penelitian di atas, remaja di Bandar Lampung Sebagian besar memiliki kategori *social comparison* sedang dengan jumlah 65 responden dengan presentase 37.4%. Selain itu, tingkat *self-esteem* remaja di Bandar Lampung berada dalam kategori sedang dengan jumlah 73 dengan presentase 42%.

Pada penelitian kali ini, peneliti melakukan uji normalitas menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di mana menurut Dahlan (2009) uji Kolmogorov- Smirnov digunakan untuk sampel berjumlah lebih dari 50. Berdasarkan uji normalitas antara kedua variabel diperoleh bahwa nilai sig $p = 0.056$ ($p > 0.05$) sehingga data dari penelitian ini terdistribusi normal. Selain itu, peneliti melakukan uji homogenitas dimana uji ini dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data dalam penggunaan teknik uji Independent T-Test. Sebuah data dikatakan homogen jika nilai signifikansi $p \Rightarrow 0.05$ sedangkan data dikatakan tidak homogen apabila $p < 0.05$ (Setyawan 2020). Skor dari *self-esteem* yakni sig $p = 0.189$ ($p > 0.05$) dan *social comparison* memiliki nilai sig $p = 0.864$ ($p > 0.05$). Berdasarkan uji homogenitas yang dilakukan, dapat disimpulkan jika kedua skala terdistribusi homogen.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji linearitas dimana uji linearitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk melihat apakah variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak. Uji linearitas menjadi salah satu syarat yang harus dilakukan ketika ingin melakukan uji korelasi. Menurut Ghozali (2018) uji linearitas berfungsi untuk melihat bagaimana spesifikasi model yang digunakan berupa baik atau tidak. Berdasarkan hasil output yang telah dilakukan, diperoleh nilai sig. deviation from linearity sebesar 0.207 ($p > 0.05$) artinya terdapat hubungan yang linear antara *social comparison* dengan *self-esteem*.

Tabel 1.

Hasil Uji Linearitas			
Variabel	F	P	Keterangan
<i>Social Comparison Self-Esteem</i>	1.262	0.207	Linear

Selanjutnya, peneliti melakukan uji korelasi untuk melihat hubungan kedua variable. Menurut Wibowo dan Kurniawan (2020) koefisien korelasi adalah koefisiensi yang menjelaskan hubungan antar variabel atau lebih. Berikut merupakan hasil uji korelasi yang dilakukan.

Tabel 2.

Hasil Uji Korelasi			
Variabel	F	P	Keterangan
<i>Social Comparison Self-Esteem</i>	0.000	0.988	Signifikan

Bersasarkan uji korelasi tabel di atas, dapat disimpulkan jika nilai sig=0.000 ($p < 0.005$) artinya terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem*. *Person correlation* menunjukkan jika skor yang dimiliki adalah 0.988 artinya terdapat hubungan yang kuat antara *social comparison* dengan *self-esteem*.

Setelah melakukan uji hipotesis, peneliti juga melakukan uji beda untuk melihat hubungan *social comparison* dengan aspek dari *self-esteem* yakni *self-confidence* dan *self-deprecation*. Sebelum melakukan uji korelasi, peneliti melakukan uji linearitas yang dilakukan sebagai syarat sebelum melakukan uji korelasi. Berikut merupakan hasil dari uji linearitas yang dilakukan.

Tabel 3.

Hasil Uji Linearitas <i>Social Comparison</i> dengan <i>Self-Confidence</i>			
Variabel	F	P	Keterangan
<i>Social Comparison Self-Confidence</i>	0.000	0.244	Linear

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai dari linearitas adalah 0.244 ($p > 0.05$) artinya terdapat hubungan yang linear antara *social comparison* dengan *self-confidence*.

Tabel 4.

Hasil Uji Korelasi <i>Social Comparison</i> dengan <i>Self-Confidence</i>			
Variabel	F	P	Keterangan
<i>Social Comparison Self-Confidence</i>	0.000	0.786	Signifikan

Bersasarkan uji korelasi tabel 4 di atas, dapat disimpulkan jika nilai sig=0.000 ($p < 0.005$) artinya terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-confidence*. *Person correlation* menunjukkan jika skor yang dimiliki adalah 0.786 artinya terdapat hubungan yang kuat antara *social comparison* dengan *self-confidence*. Selanjutnya peneliti melakukan uji korelasi antara *social comparison* dengan *self-deprecation*. Didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 5.

Hasil Uji Linearitas <i>Social Comparison</i> dengan <i>Self-Deprecation</i>			
Variabel	F	P	Keterangan
<i>Social Comparison Self-Deprecation</i>	0.000	0.301	Linear

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai dari linearitas adalah 0.301 ($p > 0.05$) artinya terdapat hubungan yang linear antara *social comparison* dengan *self-confidence*.

Tabel 6.
Hasil Uji Korelasi Social Comparison dengan Self-Deprecation

Variabel	F	P	Keterangan
Social Comparison Self-Deprecation	0.000	0.942	Signifikan

Bersasarkan uji korelasi tabel di atas, dapat disimpulkan jika nilai sig=0.000 ($p < 0.005$) artinya terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-deprecation*. *Person correlation* menunjukkan jika skor yang dimiliki adalah 0.942 artinya terdapat hubungan yang kuat antara *social comparison* dengan *self-deprecation*.

Hasil dari uji korelasi yang dilakukan menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki hubungan dengan *self-confidence* dan *self-deprecation*. Namun, *social comparison* lebih memiliki korelasi yang tinggi dengan *self-deprecation* artinya jika seseorang membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain mereka akan cenderung merendahkan dirinya sendiri.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung. Hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung. Artinya jika seseorang sering melakukan *social comparison* maka *self-esteem* akan dipengaruhi *self-esteem* pada remaja. Penelitian ini mendapatkan responden sebanyak 174 subjek berjenis kelamin lelaki dan perempuan, pengguna Instagram dengan rentang usia 15-18 tahun. Setelah melakukan uji korelasi, didapatkan jika terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung, hal ini dilihat dari nilai koefisien korelasi $r = 0.988$ dengan $p = 0.000$ ($p < 0.05$) sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hasanati (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada dewasa awal pengguna Instagram. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hanifuddin (2021) menemukan bahwa terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada alumni/SMA sederajat yang menjalani *gap year*.

Walaupun dengan hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yakni saling memiliki hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* namun penelitian ini memiliki perbedaan dalam subjek penelitian yakni remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung. Instagram merupakan media sosial yang berkembang paling pesat. Menurut dataindonesia.id pengguna Instagram mencapai 106.72 juta pada Februari 2023. Penggunanya

didominasi oleh perempuan yakni mencapai 53% dan pengguna lelaki mencapai 47%. Terdapat 12.2% remaja usia 13-17 tahun menjadi pengguna Instagram. Instagram menjadi wadah untuk mengunggah foto, video, atau bertukar informasi.

Usia remaja merupakan usia yang identic dengan pencarian jati diri dimana dalam melakukan pncarian jati diri dapat dilakukan di Instagram untuk melihat atau mencontoh orang lain. Tinggi rendahnya intensitas penggunaan Instagram akan mempengaruhi *self-esteem* seseorang. Ketika menggunakan Instagram, individu akan melakukan *social comparison* dengan orang lain dan membuat seseorang tidak yakin akan kemampuan yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fagundes et al (2020) yang menyatakan jika seseorang mengunggah hasil lukisan di Instagram akan membuat orang lain menjadi tidak yakin dengan kemampuan melukis karena hasilnya tidak sama dengan apa yang dimiliki. Selain itu, *social comparison* yang dilakukan secara berlebihan juga akan mempengaruhi *self-esteem* dan hal ini akan membuat *self-esteem* seseorang menjadi terancam. Penelitian lain juga menunjukkan terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada individu yang memiliki media sosial (Lee 2014).

Self-esteem yang rendah akan membuat individu menjadi kurang percaya diri, pesimis, merasa terasingkan, dan merasa dirinya tidak berharga Yudiono & Sulisty (2020). Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian dimana *social comparison* memiliki korelasi yang tinggi dengan salah satu aspek dari *self-esteem* yakni *self-deprecation*. Artinya jika seseorang membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain mereka akan cenderung merendahkan dirinya sendiri. *Self-deprecation* kecenderungan individu untuk merendahkan diri sendiri. Namun, jika seseorang melakukan *social comparison* secara cukup maka dapat meningkatkan *self-esteem* karena *social compararison* dilakukan untuk mengevaluasi diri sendiri. Hasilnya individu yang melakukan *social comparison* secara cukup akan menghasilkan pribadi yang termotivasi untuk meningkatkan kompetisi, dapat beradaptasi baik dengan lingkungan, dan bisa bersosialisasi sehingga bisa meningkatkan *self-confidence* seseorang. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dimana *social comparison* yang dilakukan secara cukup akan meningkatkan *self-esteem* dengan aspek *self-confidence*. *Self-confidence* merupakan sebuah sikap atau keyakinan akan diri sendiri Andayani & Amir (2019).

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung dimana *social comparison* memiliki korelasi yang kuat terhadap salah satu aspek *self-esteem* yakni *self-deprecation*. Artinya jika seseorang melakukan *social comparison* secara berlebihan maka akan berdampak pada diri sendiri yakni cenderung merendahkan diri sendiri.

Peneliti menyadari terdapat kekurangan dalam penelitian ini yakni penggunaan skala dari *self-esteem* (*Rosenberg Self-Esteem Scale*) dengan reabilitas sebesar 0.704 kurang tepat digunakan untuk subjek remaja di Bandar Lampung dikarenakan terdapat perbedaan budaya dan perilaku dari skala tersebut dengan subjek yang dituju. Peneliti mengalami kesulitan saat memberikan responden kepada remaja awal yakni remaja yang duduk dibangku SMP dengan rentang usia 13-14 tahun. Subjek mengalami kesulitan dalam memahami arti dari setiap aitem dikarenakan

banyak aitem yang belum responden pahami. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti menggunakan responden SMA dikarenakan usia tersebut sudah memahami arti dari setiap aitem terutama skala *self-esteem* yakni *Rosenberg Self-Esteem Scale*.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung. Artinya, jika remaja melakukan *social comparison* maka akan mempengaruhi *self-esteem*. Selain itu, *social comparison* memiliki hubungan dengan *self-confidence* dan *self-deprecation*. Namun, *social comparison* lebih memiliki korelasi yang tinggi dengan *self-deprecation* artinya jika seseorang membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain mereka akan cenderung merendahkan dirinya sendiri.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti memberikan saran terhadap responden penelitian yakni meningkatkan kompetisi, memperluas pertemanan, memperbanyak pengalaman dan mencoba untuk lebih dekat dengan keluarga. Hal ini dikarenakan faktor tersebut dapat meningkatkan *self-esteem*. Saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah lebih memperhatikan skala yang digunakan dalam penelitian dan menggunakan alat ukur yang lebih variabel. Penelitian ini menggunakan skala *self-esteem* yakni *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) dimana skala kurang sesuai digunakan untuk kalangan remaja awal atau SMP dengan usia 13-14 tahun. Hal ini dikarenakan budaya yang berbeda sehingga menyulitkan responden untuk memahami atau belum pernah merasakan berdasarkan aitem dari skala tersebut.

Referensi

- Alfasi, Y (2019). "The grass is always greener on my friends' profiles: The effect of Facebook social comparison on state self-esteem and depression. *Personality and Individual Differences* 147, 11–17. doi: 10.1016/j.paid.2019.04.032.
- Andayani, M, & Zubaidah, A. (2019). Membangun self-confidence siswa melalui pembelajaran matematika. *Desimal: Jurnal Matematika* 2(2), 147–53. doi: 10.24042/djm.v2i2.4279.
- Desmita. (2014). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Lima. PT Remaja Rosdakarya.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*. 5(1), 1. doi: 10.11648/j.ajtas.20160501.11.
- Evelin, & Made, S. A. (2020). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan Self-Esteem pada Remaja (Instagram Use and Self-Esteem among Adolescents). *Mind Set* 11(1), 26–36.
- Fagundes, Seabra, L., Marot, T. A., & Natividade., J. C. (2020). Use of Instagram, Social Comparison, and Personality as Predictors of Self-Esteem. *Psico-USF*. 25(4), 711–24. doi: 10.1590/1413/82712020250410.
- Gibbons, F. X., dan Buunk., B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology* 76(1), 129–42. doi: 10.1037/0022-3514.76.1.129.

- Hanifuddin, Muhammad, I., Cahyono, R. (2021). Hubungan antara social comparison dengan self esteem pada alumni sma / sederajat yang menjalani gap year. *BRPKM Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental* 1(1):859–69. doi: e-ISSN:2776-1851.
- Hasanati. (2020). Hubungan Social Comparison dan Self-Esteem pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Prosiding Psikologi* 6(2), 554–59.
- Hurlock, E. (1998). *Psikologi perkembangan Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.
- 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). doi: 10.1177/2056305120912488.
- Leary, M. R. (1999). Making Sense of Self-Esteem. *Blackwell Publishers, Inc* 8(1):1997–2000.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social networksites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior* 32, 253–60. doi: 10.1016/j.chb.2013.12.009.
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 3(2), 197. doi: 10.21580/pjpp.v3i2.2650.
- Rosenberg, M., Schooler, C., & Schoenbach, C. (1989). Self-Esteem and Adolescent Problems: Modeling Reciprocal Effects. *American Sociological Review* 54(6), 1004–18. doi: 10.2307/2095720.
- Santrock, J. (2011). *Life-Span Development Thirteen Edition*. McGraw-Hill.
- Setyawan, D. A. (2020). *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas & Uji Homogenitas Data dengan SPSS*. 1 ed. diedit oleh D. A. Setyawan. Jawa Tengah: Tahta Media.
- Wibowo, Ari, R., & Kurniawan, A. A. (2020). Analisis korelasi dalam penentuan arah antar faktor pada pelayanan angkutan umum di kota magelang. *Journal of Electrical Engineering, Computer and Information Technology*. 1(2), 1–6.
- Yudiono, Udik, & Sulisty. (2020a). Self-esteem: faktor-faktor yang mempengaruhinya.” *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan* 8(2), 99–105. doi: <http://dx.doi.org/10.30738/wd.v8i2.8736>.
- Yudiono, Udik, dan Sulisty. (2020b). Self-esteem: Faktor-faktor yang mempengaruhinya Self-esteem : The influence factors. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan* 8(2), 99–105.