

Bab 1

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Era informasi digital telah menjadi komponen penting dari kehidupan sosial modern. Hal ini dibuktikan dari banyaknya aktivitas masyarakat yang memanfaatkan teknologi berbasis internet. Penggunaan internet terutama pada media sosial memberikan banyak kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan seperti bidang pendidikan, pekerjaan, belanja, serta sebagai alat komunikasi dengan teman, keluarga dan orang lain meskipun ini hanya terjadi melalui perangkat elektronik yang dimiliki. Bukan hanya dimanfaatkan sebagai sarana berkomunikasi dan berbagai informasi. Selain itu, hal ini sering digunakan sebagai cara untuk mengekspresikan perasaan, meningkatkan kesadaran diri dan memperkenalkan diri (Fauzia dkk., 2019). Oleh karena itu, dunia digital membuka akses informasi yang luas bagi setiap orang kapan dan dimana saja. Kemudahan memperoleh berbagai informasi inilah yang menjadi alasan utama dan daya tarik yang besar seseorang menggunakan internet.

Berdasarkan survei penetrasi internet, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI, 2025) memperkirakan jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 229 juta pada tahun 2025. Dari hasil survei internet di Indonesia tahun 2025 menyentuh angka 80,66% hal ini mengalami peningkatan 2% dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut laporan DataReportal Indonesia pada tahun 2025, sekitar 103 juta orang di Indonesia menggunakan instagram. Jika ditinjau berdasarkan kelompok usia, pengguna Instagram di dominasi oleh usia 25-34 tahun dengan proporsi sekitar 41,1% dari total audiens, diikuti kelompok 18-24 tahun sebesar 31,2%. Data menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna Instagram berusia 18 hingga 34 tahun, yaitu sebagian besar dari mereka merupakan mahasiswa.

Kondisi ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan *platform* yang relevan untuk mengkaji fenomena perbandingan sosial pada mahasiswa.

Menurut laporan Digital 2026: Indonesia, Instagram memiliki 108 juta pengguna, atau hampir setengah dari populasi dewasa Indonesia (49,7%), membuatnya menjadi salah satu situs media sosial terkenal di Indonesia saat ini. Namun laporan Digital 2026 tidak menyajikan distribusi pengguna berdasarkan kelompok usia, sehingga peneliti mengacu pada laporan Digital 2025: Indonesia, menunjukkan bahwa kelompok usia 25-34 tahun merupakan pengguna terbesar, lalu kelompok usia 18-24 tahun (Kemp, 2025).

Instagram salah satu platform media sosial yang paling berfokus pada visual, telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Serta mampu membuat seseorang mendapatkan beragam informasi seperti aktivitas orang lain, *trend* yang sedang ada saat ini, *trend fashion*, nilai-nilai tubuh dan informasi lainnya dalam bentuk foto dan video yang secara terbuka untuk publik. Menurut *State of Influencer Marketing 2025* dari HypeAuditor, Instagram tetap menjadi salah satu *platform* utama bagi *influencer* dengan dominasi konten bertema gaya hidup, kecantikan, *fashion* dan *trip*. Karakteristik konten yang menonjolkan penampilan, pengalaman dan pencapaian hidup menjadikan Instagram sebagai media yang berpotensi terjadinya perbandingan sosial di kalangan pengguna.

(Panjaitan & Rahmasari, 2021) mengungkap alasan penggunaan Instagram meliputi mencari hiburan, mengisi waktu luang, mendokumentasikan kehidupan sendiri, bertukar informasi dan interaksi sosial. Sejalan dengan gagasan (Sheldon, 2016.) bahwa tujuan utama penggunaan instagram adalah untuk mempelajari dan mengamati kehidupan orang lain, dengan fokus pada identitas pribadi dan presentasi diri daripada hubungan dengan orang lain.

Namun, perkembangan media sosial telah mengubah cara individu mengevaluasi diri dan memaknai posisinya dalam lingkungan sosial. Salah satu proses psikologis yang semakin menguat yaitu perbandingan sosial terkait dengan penggunaan media sosial. Media sosial khususnya Instagram yang berbasis visual, menyediakan ruang yang luas bagi individu mengamati kehidupan, pencapaian, dan representasi diri orang lain secara terus-menerus, sehingga mendorong untuk evaluasi diri berbasis sosial. Menurut teori perbandingan sosial Festinger (1954), manusia memiliki kebutuhan untuk mengevaluasi diri sendiri, dan ketika tidak ada standar fisik objektif yang tersedia, mereka secara alami membandingkan diri mereka dengan orang lain. Dalam situasi seperti itu, perbandingan sosial dapat muncul sebagai hasil dari proses ini.

Secara teoritis, perbandingan sosial dijelaskan melalui teori perbandingan sosial yang dikemukakan oleh (Festinger, 1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi dirinya dengan membandingkan diri dengan oranglain. Dalam konteks mahasiswa, standar pencapaian sering kali bersifat relatif, sehingga individu lebih mudah merasakan perbandingan sosial. Dalam konteks media sosial, perbandingan sosial cenderung bersifat *upward social comparison*, yaitu membandingkan diri dengan orang yang lebih unggul dalam aspek tertentu, seperti pencapaian akademik, penampilan fisik, gaya hidup, maupun keberhasilan sosial. Instagram memperkuat proses ini karena pengguna lebih sering menampilkan sisi positif dan ideal dari kehidupannya, sementara aspek negatif cenderung disembunyikan (Vogel et al., 2014).

Penelitian (Nesi & Prinstein, 2015) menunjukkan bahwa media sosial menciptakan konteks evaluasi sosial yang unik, di mana seseorang secara aktif mencari validasi sosial melalui *likes*, komentar, jumlah pengikut dan secara pasif membandingkan dirinya dengan orang lain. Kondisi ini menjadikan perbandingan sosial sebagai proses yang berulang dan intens, terutama pada kelompok usia dewasa awal. Sebuah meta-analisis (Rubinia Celeste Bonfati dkk., 2025)

menemukan hubungan kuat antara penggunaan media sosial, kecenderungan untuk melakukan perbandingan sosial, dan kerentanan psikologis, termasuk penurunan evaluasi diri dan kesejahteraan subjektif.

Namun, disamping berbagai manfaat yang dapat dirasakan, penggunaan internet memberikan ruang yang sangat luas untuk mengeksplorasi berbagai aktivitas *online* yang dapat menimbulkan dampak negative. Hasil penelitian *Royal Society for Public Health* (RSPH) bersama *Young Health Movement* melalui laporan #StatusOfMind menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform media sosial yang memiliki dampak paling negatif terhadap kesehatan mental remaja dan dewasa muda dibandingkan *Facebook*, *Snapchat*, *Twitter*, dan *YouTube*. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 1.479 orang berusia antara 14 dan 24 tahun, Instagram dikaitkan dengan meningkatnya kecemasan, depresi, kesepian, gangguan citra tubuh, kualitas tidur yang buruk, *FOMO*, serta kecenderungan melakukan perbandingan sosial akibat konten visual yang menampilkan kehidupan secara ideal. Meskipun terhadap manfaat seperti sarana ekspresi diri dan dukungan sosial, namun terdapat dampak negatif yang dilihat lebih tinggi.

Pada mahasiswa, fenomena perbandingan sosial menjadi lebih kompleks karena berada pada fase *emerging adulthood*, yaitu ketika individu sedang mengeksplorasi pendidikan, karier dan identitas diri (Arnett, 2000). Menurut (Ozimek dkk., 2023), media sosial seperti Instagram menyediakan berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain yang memfasilitasi terjadi *social comparison*. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa *ability comparison*, yaitu perbandingan terhadap kemampuan atau pencapaian orang lain, lebih konsisten dikaitkan dengan penurunan *well-being* dibandingkan *opinion comparison*, yang hanya berkaitan dengan pendapat atau pandangan. Kondisi tersebut berpotensi mendorong mahasiswa membandingkan prestasi akademik

maupun pencapaian karir yang ditampilkan di Instagram sehingga mampu mempengaruhi penilaian terhadap diri sendiri.

Dalam konteks media sosial, perbandingan sosial terbagi menjadi dua arah. Pertama, *upward social comparison*, yaitu ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih baik atau lebih unggul. Kedua, *downward social comparison*, yaitu membandingkan diri dengan individu yang dianggap berada di bawahnya.

Berdasarkan penelitian Patricia dkk. (Vogel dkk., 2014), bahkan 81% remaja mengatakan bahwa melihat cerita atau unggahan orang lain di media sosial mendorong mereka untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain. Ini menunjukkan bagaimana paparan konten digital dapat menyebabkan persepsi negatif tentang diri sendiri. Pengguna Instagram juga dapat menelusuri konten orang lain, sehingga memungkinkan penggunanya mengamati kehidupan orang lain dan dapat dijadikan sebagai media perbandingan (Maulina dkk., 2023).

Saat tidak bisa memiliki pengalaman yang sebanding dengan orang lain yang ditemui di media sosial, hal ini dapat memicu emosi negatif yang tentunya memengaruhi kualitas hidup dan kesejahteraan individu, terutama pada mahasiswa yang berada pada fase pencarian identitas yang mana media sosial dapat mempengaruhi individu untuk melakukan perbandingan sosial yang merusak harga diri. Sebuah penelitian telah mengkonfirmasi hal ini, Jiang dan Ngien (2020) di Singapura menemukan bahwa perbandingan sosial di Instagram secara signifikan menurunkan *self-esteem* penggunanya.

Di Indonesia, hal ini menjadi relevan mengingat tingginya intensitas penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa. Berdasarkan laporan Digital (2024) masyarakat Indonesia per hari, tujuh jam 38 menit dihabiskan untuk mengakses internet, dan tiga jam sebelas menit untuk mengakses media sosial. Tingginya intensitas penggunaan media sosial meningkatkan peluang

individu untuk terus terpapar berbagai informasi mengenai kehidupan orang lain, sehingga mendorong terjadinya perbandingan sosial secara terus-menerus. (Ardiany & Ardi, 2022) studi yang melibatkan 259 remaja Indonesia yang menggunakan akun Instagram menemukan bahwa frekuensi penggunaan akun tersebut secara tidak langsung memengaruhi harga diri melalui perbandingan sosial yang lebih tinggi. Semakin sering seseorang menggunakan akun tersebut, semakin besar kecenderungannya untuk melakukan perbandingan sosial yang lebih tinggi, yang akhirnya berkaitan dengan turunnya *self-esteem*.

Peneliti melakukan studi pendahuluan pada tanggal 9-19 juni 2026 menggunakan kuesioner melalui *Google Form* kepada 41 mahasiswa aktif UIN Bandung usia 18-24 tahun. Dari hasil tersebut, menunjukkan seluruh responden (100%) mengaku pernah membandingkan dirinya dengan orang lain. Sebanyak 16% responden (39,0%) menyatakan sangat sering, 14 responden (34,1%) sering dan 11 responden (26,8) kadang-kadang. Dengan demikian, sebanyak 73,2% responden berada pada kategori sering dan sangat sering melakukan perbandingan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku membandingkan diri dengan orang lain cukup dominan pada mahasiswa.

Sebanyak 38 dari 41 responden (92,7%) menyatakan bahwa Instagram menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perbandingan sosial. Hasil studi awal menunjukkan bahwa faktor internal yang paling dominan adalah rendahnya harga diri (*low self-esteem* dan rasa *insecure*). Faktor ini muncul pada (63,4%) responden, yang ditunjukkan melalui pernyataan seperti merasa kurang percaya diri, merasa tidak cukup baik, merasa terancam oleh pencapaian orang lain, serta merasa tidak bekerja sekeras orang lain. Selain itu, faktor pikiran negatif dan *overthinking* juga menjadi faktor internal yang cukup menonjol (48,8%), lalu ekspektasi yang tinggi terhadap diri

sendiri maupun orang tua (36,6%), kebutuhan pengakuan dan validasi dari luar (24,4%), serta kurangnya motivasi dan dukungan emosional (19,5%).

Namun, responden menunjukkan bahwa media sosial adalah komponen eksternal yang paling dominan. Sebanyak (73,2%) menyebutkan bahwa paparan media sosial, khususnya Instagram, menjadi pemicu utama mereka membandingkan diri dengan orang lain. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataan seperti melihat pencapaian orang lain, kehidupan yang tampak ideal, keberhasilan di usia muda, serta aktivitas personal branding di media sosial. Pencapaian dan keberhasilan teman sebaya juga menjadi faktor eksternal yang cukup kuat. Sebanyak (56,1%) menyatakan bahwa teman sebaya mendorong mereka melakukan perbandingan sosial, khususnya karir, pencapaian, prestasi serta standar kesuksesan. Faktor eksternal lainnya adalah tekanan sosial yang dialami oleh (46,3%), lingkungan keluarga (39,0%), ekspektasi sosial terkait standar hidup dan usia (31,7%).

Berdasarkan hasil studi awal, terdapat beberapa dampak psikologis yang dirasakan oleh responden akibat perilaku perbandingan sosial. Sebanyak 13 responden (31,7%), menyatakan perasaan sedih, galau, terpuruk. Sebanyak 11 responden (26,8%) melaporkan perasaan *insecure* dan menurunnya kepercayaan diri. Selanjutnya, 6 responden lainnya (14,6%) mengalami *overthinking* dan kecemasan berlebih. 6 responden lain (14,6%) menyatakan perasaan kecewa terhadap diri sendiri. Dan 6 responden lain (14,6%) mengalami perasaan marah atau kesal. Hanya 2 responden (4,9%) yang menyatakan dampak positif berupa motivasi setelah melakukan perbandingan sosial.

Dalam konteks perbandingan sosial, data penelitian menunjukkan bahwa domain yang paling sering menjadi objek perbandingan oleh pengguna di Instagram adalah penampilan fisik dan citra tubuh (*body image*), Pedalino & Camerini, 2022. Taylor & Armes 2024). Lalu prestasi

(*achievement*) dan terakhir gaya hidup (*lifestyle*). Temuan ini konsisten dengan data studi awal peneliti yang menemukan bahwa pencapaian dan prestasi merupakan objek perbandingan paling dominan (56,1%).

Temuan ini menunjukkan bahwa dampak yang dirasakan oleh mahasiswa bersifat negatif dan berkaitan dengan komponen *self-esteem*. Rosenberg (1965) menjelaskan *self-esteem* sebagai evaluasi positif atau negatif yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri. Ketika hasil evaluasi diri tersebut didominasi oleh perasaan tidak berharga, tidak kompeten atau tidak diterima secara sosial maka hal tersebut mengidentifikasi rendahnya *self-esteem*. *Self-esteem* yang rendah membuat individu memandang dirinya kurang berharga dan kurang mampu. Dampaknya bukan hanya menurunkan kepercayaan diri, tetapi juga meningkatkan risiko depresi, kecemasan dan hubungan sosial yang kurang baik, serta membuat individu lebih rentan melakukan perbandingan sosial yang berdampak negatif.

Dari hasil studi awal di atas, situasi yang paling banyak terjadinya perbandingan sosial adalah ketika mereka berada dalam kondisi emosional yang rendah (merasa lemah, gagal atau tidak produktif), serta ketika terpapar pencapaian orang lain secara terus-menerus. Beberapa responden menyatakan “saat melihat prestasi orang di usia yang sama, ngeliat prestasi orang lain di sosmed” membuat dirinya merasa tertekan. Dan “lagi *down*, lagi ngerasa gagal” sebagai situasi yang paling sering memunculkan dorongan untuk membandingkan diri.

Masa mahasiswa merupakan fase *emerging adulthood*, yaitu masa pembentukan identitas sebagai individu lebih sensitif terhadap penilaian sosial dan pencapaian teman sebaya. Beberapa studi terdahulu telah mengkaji hubungan antara perbandingan sosial dan *self-esteem*, khususnya berkaitan dengan platform media sosial, terutama instagram. (Daniartha, 2025) yang meneliti mahasiswa pengguna instagram di Indonesia menemukan adanya hubungan negatif yang

signifikan antara *social comparison* dan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna Instagram. Artinya, semakin tinggi tingkat *social comparison* yang dilakukan individu, maka semakin rendah tingkat *self-esteem* yang dimilikinya. Syachfira dan Nawaningsih (2020) menyelidiki hubungan antara perbandingan sosial dan harga diri di kalangan mahasiswa yang menggunakan Instagram dan menemukan korelasi yang negatif antara keduanya, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat *social comparison*, maka semakin sedikit/rendah *self-esteem* yang dimiliki. Sementara itu, Saiputri dan Ediati (2024) yang meneliti 177 mahasiswa Psikologi tingkat akhir justru menemukan bahwa perbandingan sosial dan *self-esteem* berkorelasi positif. Penemuan ini menunjukkan bahwa tingkat harga diri siswa yang menggunakan Instagram lebih tinggi seiring dengan tingkat perbandingan sosial yang lebih kuat yang mereka lakukan.

Meski penelitian ini telah banyak dilakukan di Indonesia, terdapat beberapa kesenjangan penelitian. Yaitu hasil penelitian yang ada masih menunjukkan inkonsistensi. (Daniartha, 2025) dan Syachfira dan Nawaningsih (2020) menemukan adanya hubungan negatif, sedangkan Saiputri dan Ediati (2024) menemukan adanya hubungan yang positif. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian lanjutan dalam konteks yang lebih spesifik.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada hal yang saling berkaitan. Pertama, hasil studi pendahuluan menunjukkan tingginya kecenderungan perbandingan sosial pada mahasiswa, yaitu sebanyak 73,1% responden dalam studi awal melakukan perbandingan sosial dalam kategori sering hingga sangat sering. Sedangkan 92,7% mengidentifikasi Instagram sebagai faktor pemicu. Temuan ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial melalui Instagram merupakan fenomena yang dialami oleh sebagian besar mahasiswa. Kedua, dampak psikologis yang ditimbulkan bersifat serius dan multidimensional. Meta-analisis longitudinal menunjukkan bahwa *self-esteem* yang rendah merupakan faktor resiko terhadap munculnya gejala depresi, gangguan makan, dan kualitas

hubungan sosial yang buruk (Sowislo dan Orth, 2013). Dalam konteks mahasiswa yang menghadapi tekanan akademik, sosial, serta proses pembentukan identitas diri, kondisi rendahnya *self-esteem* mampu menjadi faktor resiko kesehatan mental.

Kebaharuan penelitian ini pada kelompok sasaran yang dipilih dan lokasinya. Selain itu, studi ini sangat penting dilakukan karena hasil studi awal menunjukkan bahwa permasalahan yang dialami mahasiswa tidak berhenti pada perilaku membandingkan diri. Sebanyak 63,4% responden mengungkapkan adanya perasaan kurang percaya diri, merasa tidak cukup baik, merasa tertinggal dibandingkan teman sebaya, serta merasa pencapaian dirinya tidak sebaik orang lain. Menurut Rosenberg (1965), evaluasi diri yang didominasi oleh perasaan tidak berharga, tidak kompeten, dan tidak puas terhadap dirinya merupakan karakteristik *self-esteem* yang rendah. Dengan demikian, fenomena yang ditemukan pada mahasiswa UIN Bandung tidak hanya menunjukkan tingginya kecenderungan melakukan social comparison, tetapi juga mengindikasikan adanya permasalahan *self-esteem*.

Rumusan Masalah

Apakah perbandingan sosial berpengaruh terhadap *self-esteem* pada mahasiswa pengguna Instagram?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perbandingan sosial terhadap *self-esteem* pada mahasiswa pengguna Instagram.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Dengan memperluas penelitian tentang pengaruh perbandingan sosial terhadap *self-esteem* pada mahasiswa pengguna instagram, penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan

bidang psikologi. Temuan ini dapat mendukung teori perbandingan sosial Festinger (1954) serta penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa perbandingan sosial di Instagram memengaruhi kesejahteraan psikologis individu.

Kegunaan Praktis

- A) Pada mahasiswa, penelitian ini mampu meningkatkan kesadaran akan dampak negatif dari perilaku membandingkan diri secara berlebihan di media sosial, serta mendorong mereka untuk menggunakan media sosial secara lebih sehat dan adaptif.
- B) Institusi Pendidikan, penemuan penelitian ini mampu digunakan sebagai bahan dasar kegiatan psikoedukasi dengan tujuan membantu mahasiswa mengelola stres dan meningkatkan kesehatan mental.
- C) Bagi praktisi psikologi, temuan penelitian ini mampu dijadikan sebagai bagian upaya psikologis untuk meningkatkan *self-esteem* akibat dampak negatif perbandingan sosial di media sosial.

