

Abstrak

Penggunaan media sosial *Instagram* saat ini sering dilakukan oleh dewasa awal, yang kerap kali masih bergantung pada persetujuan dari orang lain untuk menilai diri mereka sendiri. Akibatnya, ada kemungkinan besar seseorang sering melakukan *social comparison* dengan orang lain di *Instagram*, yang dapat mempengaruhi perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas terhadap diri mereka sendiri. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *self-esteem* dan *gratitude* secara simultan terhadap *social comparison* pada dewasa awal yang aktif menggunakan *Instagram*. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Jumlah subjek yang menjadi responden sebanyak 216 mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati yang berusia 18-24 tahun, dan aktif menggunakan media sosial *Instagram* didapatkan dengan teknik *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self esteem* dan *gratitude* secara simultan menjadi prediktor *social comparison* pada dewasa awal yang menggunakan *Instagram*. *Self-esteem* maupun *gratitude* menunjuk pengaruh *negatif* terhadap *social comparison*, artinya semakin tinggi *self-esteem* dan *gratitude*, maka akan semakin rendah *social comparison* pada dewasa awal pengguna *Instagram*.

Kata Kunci : *self-esteem, gratitude, social comparison, dewasa awal, Instagram*

Abstract

The use of social media, particularly Instagram, is currently prevalent among emerging adults, who often rely on the approval of others to evaluate themselves. As a result, there is a significant likelihood that individuals frequently engage in social comparison with others on Instagram, which can affect their feelings of happiness or unhappiness, and their satisfaction or dissatisfaction with themselves. Therefore, the aim of this study is to determine the simultaneous influence of self-esteem and gratitude on social comparison among emerging adults who are active Instagram users. The research design used is quantitative with a multiple linear regression analysis approach. The number of subjects who responded to the study totaled 216 students from UIN Sunan Gunung Djati, aged 18-24 years, and actively using Instagram, obtained through non-probability sampling using convenience sampling. The results of the study indicate that self-esteem and gratitude simultaneously predict social comparison among emerging adults using Instagram. Both self-esteem and gratitude have a negative influence on social comparison, meaning that the higher the self-esteem and gratitude, the lower the social comparison among emerging adult Instagram users.

Keywords: self-esteem, gratitude, social comparison, emerging adults, Instagram