

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman menyebabkan teknologi semakin canggih, hingga kegiatan sehari-hari pun tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial. Hal ini pun terjadi pada mahasiswa, tak jarang mahasiswa membuka media sosial untuk berkomunikasi, membagikan pengalaman, dan mengunggah kegiatan sehari-harinya di media sosial yang mereka gunakan tersebut. Karena kemudahan akses ini menyebabkan seseorang bisa dengan mudah pula melihat apapun yang diunggah oleh orang lain, seperti pencapaian atau kesuksesan orang lain yang seumuran atau bahkan lebih muda, produktivitas yang dilakukan oleh orang lain, foto atau video yang menampilkan bentuk serta kondisi wajah atau bahkan tubuh, *relationship*, harta atau kepemilikan, dan lain-lain.

Salah satu media sosial yang paling sering digunakan ialah Instagram. Pengguna Instagram sendiri menurut data yang sudah dipublikasikan oleh NapoleonCat per Januari 2024 terdapat sebanyak 89.891.300 orang, yang mana jumlah tersebut merupakan 31.9 % dari total populasi yang ada di Indonesia. Mayoritas penggunanya ialah wanita dengan jumlah 12.500.000 orang (NapoleonCat, 2024).

Saat ini, Instagram sudah memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan oleh para penggunanya, diantaranya seperti *story*, *direct message*, IGTV, *live*, *reels*, serta dapat pula menggunakan berbagai macam *filter* yang tersedia ketika ingin mengunggah foto atau video tersebut (Djafar & Putri, 2020).

Penggunaan aktif Instagram ini tentu saja dapat memberikan pengaruh terhadap penggunanya, khususnya di kalangan mahasiswa. Pengaruh tersebut dapat mengakibatkan seseorang menjadi lebih semangat untuk menciptakan inovasi baru terhadap konten apa yang akan ia tampilkan nantinya, namun ada juga yang terpengaruh menjadi lebih sering mengunggah gaya hidup atau barang-barang yang dimiliki karena mereka menganggap

kehidupan Instagram sudah sama seperti kompetisi, hal ini lah yang memicu adanya perilaku membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Bahkan beberapa dari pengguna aktif Instagram hanya ingin mengumpulkan *like* dan komentar yang banyak dari orang-orang yang mereka ikuti di Instagram (Agianto, Setiawati, & Firmansyah, 2020). Diantara beberapa pengaruh tersebut, terdapat pengaruh negatif dalam penggunaan aktif Instagram, diantaranya yaitu seseorang menjadi sulit menerima kenyataan yang ia punya, karena ia selalu melihat *trend* yang ada pada saat ini dan berkeinginan untuk selalu mengikuti *trend* tersebut, alasannya ialah karena tidak ingin merasa tertinggal dengan yang lainnya (Agianto dkk., 2020). Dampak negatif dari penggunaan aktif Instagram juga dapat berpengaruh terhadap kondisi kesehatan mental seseorang, diantaranya yaitu menjadi mudah cemas dan merasa depresi, karena terus membandingkan diri sendiri dengan unggahan orang lain. Penggunaan aktif Instagram yang tak mengenal waktu juga mampu menyebabkan rusaknya pola tidur, sehingga pada akhirnya muncul kondisi stres (Baskoro, 2020).

Hal lainnya, karena media pembandingnya menjadi lebih luas, sehingga membuat seseorang ingin terlihat seperti apa yang mereka lihat di Instagram tanpa mempertimbangkan kemampuan yang dipunyai. Para mahasiswa yang memiliki kesiapan yang minim dalam menghadapi tantangan sosial maupun akademik yang ada di lingkungannya akan berorientasi terhadap teman-teman yang dimilikinya dalam mengevaluasi dirinya sendiri sebagai tolak ukur keberhasilan (Auliannisa & Hatta, 2022). Apabila dalam hal fisik atau penampilan menyebabkan seseorang yang tadinya merasa biasa-biasa saja dengan kondisi dirinya menjadi mulai berpikir bahwa ada yang kurang dari dirinya dan menjadi terlalu kritis terhadap kondisi fisik diri sendiri (Firdaus, Reza, Salsabila, & Dewani, 2023). Contoh lainnya seperti membandingkan gaya hidup seseorang yang terlihat lebih mewah, pencapaian akademik maupun *non* akademik, relasi sosial yang dimiliki, serta kondisi finansial atau keadaan.

Ditambah lagi dengan adanya Instagram menyebabkan cakupannya menjadi lebih luas, yang mana seolah-olah memang ada standar yang telah ditetapkan, baik itu standar mengenai fisik, standar sukses, standar *life style*, dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan seseorang berlomba-lomba untuk mencapai standar tersebut, yang mana tujuannya adalah untuk memenuhi kepuasan diri atau untuk memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh *society*.

Provinsi Jawa Barat sendiri ialah provinsi dengan jumlah mahasiswa terbanyak, serta Bandung sebagai ibu kota dari Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah mahasiswa terbanyak dibandingkan dengan kota lainnya, yaitu dengan total 55% dari keseluruhan populasi mahasiswa di Jawa Barat (Guna & Martini, 2017). Perguruan tinggi yang ada di kota Bandung terdiri dari perguruan tinggi negeri ataupun swasta, hal ini menyebabkan banyak mahasiswa yang berkuliah di Universitas yang ada di Bandung (Syachfira & Nawangsih, 2020).

Selain itu, terdapat sebuah riset yang dilakukan kepada pengguna Instagram dengan total responden sebanyak 237 responden dengan rentang usia dari 18-29 tahun yang menemukan bahwa pengguna Instagram dengan rentang usia tersebut mampu untuk melakukan perilaku *social comparison* yang lebih sering, hal tersebut dikarenakan tingkat *self-esteem* yang ia miliki cenderung rendah (Stapleton, Luiz, & Chatwin, 2017). Riset lainnya yang dilakukan terhadap 100 siswa SMP dari kelas tujuh hingga sembilan di Laboratorium Percontohan UPI Bandung ditemukan bahwa jumlah akun media sosial yang dimiliki dan lingkungan pertemanan menjadi faktor besarnya penerimaan diri siswa. Lalu, pada penelitian ini juga dilakukan wawancara kepada guru Bimbingan dan Konseling yang ada di sekolah tersebut dan diperoleh hasil bahwa mayoritas siswa kurang percaya diri atau kurang bisa menerima dirinya, sehingga akhirnya membanding-bandingkan dirinya dengan orang lain (Gunawan, Nadhirah, & Saripah, 2024).

Dalam psikologi, fenomena di atas dikenal sebagai *social comparison*. Adapun definisi *social comparison* menurut Kruglanski dan Mayselless ialah tanggapan seseorang mengenai

dorongan sosial dalam aspek tertentu (Kaplan & Stiles, 2004 (dalam Fakhri, 2017)). Festinger juga mendefinisikan *social comparison* sebagai perbandingan yang dilakukan oleh seseorang terhadap seseorang lainnya, yang bertujuan untuk mengevaluasi diri seseorang tersebut melalui orang lain (Festinger, 1954). Festinger juga menyebutkan bahwa perilaku perbandingan sosial terjadi dengan orang yang mempunyai kemiripan dengan seseorang tersebut, seperti contohnya ialah usia, tinggi badan, berat badan, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain (Nisar, Prabhakar, Ilavarasan, & Baabdullah, 2019).

Menurut Festinger, *social comparison* terbagi ke dalam dua macam, yang pertama ialah *downward comparison*, yaitu suatu kondisi disaat seseorang membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain yang diduga lebih buruk. Sedangkan, *upward comparison* ialah kondisi disaat seseorang membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain yang diduga lebih baik (Festinger, 1954). Namun, perilaku *social comparison* juga dapat membawa pengaruh yang positif, misalnya orang yang melakukan *downward comparison* mampu memperkuat diri dan juga meminimalisir terjadinya stres. Sedangkan, orang yang melakukan *upward comparison* menjadi termotivasi untuk melakukan pengembangan diri (Lianawati, 2008).

Istilah yang mirip dengan *social comparison* diantaranya adalah *comparison to other people* dan *comparative suffering*, adapun alasan mengapa memilih istilah *social comparison* dibandingkan istilah yang lain, karena istilah *social comparison* lebih relevan dengan topik yang akan diteliti serta istilah *social comparison* lebih familiar di kalangan mahasiswa yang menggunakan Instagram dibandingkan dengan istilah lainnya.

Social comparison menjadi penting untuk diteliti karena fenomena tersebut sangat bisa dirasakan oleh banyak pengguna Instagram, khususnya mahasiswa. Jika hal ini dibiarkan terus menerus tanpa penanganan atau cara menghadapi yang tepat, maka bukan tidak mungkin dapat menyebabkan seseorang mengalami kecemasan sosial (Jiang & Ngien, 2020). Perilaku *social comparison* juga dapat menyebabkan depresi, semakin sering intensitas seseorang melakukan

perilaku *social comparison*, maka akan semakin tinggi depresi yang dialami (Auliannisa & Hatta, 2022). Selain itu, apabila perilaku *social comparison* terus dilakukan dalam kadar yang tinggi, maka akan semakin rendah pula kepuasan hidup yang dirasakan (Arifin & Firdaus, 2022). Kemudian, apabila faktor penyebab *social comparison* tersebut adalah mengenai fisik, dapat menimbulkan masalah mengenai citra tubuh, perilaku *social comparison* yang semakin tinggi dapat menyebabkan semakin tinggi pula masalah mengenai citra tubuh tersebut (Najla & Zulfiana, 2022). Yang mana kesemuanya itu sangat berbahaya bagi kesehatan mental seseorang serta membuat kegiatan sehari-harinya menjadi terganggu. Oleh karena itu, fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat menjadi prediktor terhadap *social comparison*.

Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan kepada mahasiswa yang berkuliah di Universitas yang ada di Bandung dengan menggunakan media *google form*, diperoleh hasil bahwa 31 dari 35 responden menyatakan bahwa mereka melakukan perilaku *social comparison* di Instagram. 12 dari total responden tersebut melakukan perilaku *social comparison* karena melihat pencapaian dan kemampuan orang lain, 5 responden melakukan perilaku *social comparison* karena melihat kondisi fisik atau penampilan orang lain, 4 responden melakukan perilaku *social comparison* karena melihat produktivitas orang lain dan relasi sosial yang dimilikinya, 1 responden melakukan perilaku *social comparison* karena tidak merasa sebahagia orang lain, dan 1 responden melakukan perilaku *social comparison* karena merasa tidak memiliki apa yang orang lain miliki (kenangan bersama orang tersayang). Hal-hal yang sudah disebutkan di atas mengarah kepada tingkat *self-esteem* yang dimiliki oleh seseorang.

Pada studi yang sebelumnya sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu, disebutkan bahwa banyak penelitian yang meneliti *self-esteem* sebagai prediktor terhadap *social comparison* (Cramer, Song, & Drent, 2016). Salah satunya ialah terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa seseorang dengan *self-esteem* yang tinggi akan melakukan *downward comparison* dan

seseorang dengan *self-esteem* yang rendah akan melakukan *upward comparison* (Wheeler & Miyake, 1992 (dalam Cramer dkk., 2016). Hal ini menunjukkan bahwa *self-esteem* berperan sebagai prediktor terhadap *social comparison*.

Kemudian, terdapat penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa *self-esteem* berperan sebagai prediktor terhadap *social comparison* dengan arah yang negatif, seseorang dengan *self-esteem* yang rendah akan membandingkan dirinya dengan orang lain dan memiliki motivasi untuk mencari tahu informasi mengenai orang lain, terutama pada perempuan (Bergagna & Tartaglia, 2018).

Sama dengan hasil penelitian di atas, terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa *self-esteem* mampu memprediksi adanya *social comparison*, seseorang dengan tingkat *self-esteem* yang rendah atau yang sedang ada dalam kondisi stres akan melakukan perilaku *social comparison* (Stiles & Kaplan, 2004).

Studi lain yang dilakukan memperoleh hasil bahwa seseorang merasakan perasaan iri karena melakukan perilaku *upward comparison*, salah satu hal yang dapat menyebabkan adanya perilaku *upward social comparison* ialah mengenai tingkat *self-esteem* yang dimiliki oleh seseorang tersebut, *self-esteem* yang dimilikinya akan menentukan bagaimana cara ia memandang dirinya secara keseluruhan (Chae, 2017).

Selain itu, dalam hasil studi awal yang dilakukan kepada 35 responden, terdapat 2 responden yang melakukan perilaku *social comparison* karena melihat gaya hidup yang ia miliki, 2 responden melakukan perilaku *social comparison* karena keadaan ia pada saat ini, 1 orang melakukan perilaku *social comparison* karena ingin seperti orang lain, 2 responden melakukan perilaku *social comparison* karena tidak percaya diri dengan apa adanya dirinya, dan 1 responden melakukan perilaku *social comparison* karena merasa diri sendiri pasif. Hal-hal yang sudah disebutkan di atas mengarah pada *self acceptance* yang dimiliki oleh seseorang.

Pada studi yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti terdahulu disebutkan bahwa teknologi sudah seperti makanan sehari-hari bagi para milenial, hal tersebut lah yang menyebabkan adanya penurunan pada penerimaan diri remaja (Ilma & Muslimin, 2020). Dalam studi tersebut juga disebutkan bahwa terdapat survey yang dilakukan pada tahun 2018 dan memperoleh hasil bahwa ada ketidakpercayaan diri terhadap keadaan fisiknya pada sebanyak 35,9 % perempuan dewasa dan 48,9 % remaja (ZAP Clinic, 2018 (dalam Refnadi, Marjohan, & Yarmis, 2021)). Keadaan tersebut mengakibatkan adanya penerimaan diri yang buruk karena merasa diri sendiri kurang menarik, sehingga muncul perilaku *social comparison* dengan membandingkan proporsi tubuh sendiri dengan proporsi tubuh lain yang dianggap ideal (Ogden & Evans, 1996).

Terdapat studi yang menjelaskan bahwa seseorang yang kurang menerima dirinya ketika melihat konten kecantikan di Instagram akan memperhatikan dirinya sendiri di depan cermin, lalu kemudian berusaha untuk memenuhi standar tersebut sampai membahayakan kondisi fisik maupun psikisnya, contohnya ialah untuk mendapatkan berat badan yang ideal ia rela untuk melakukan diet secara instan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *self acceptance* yang dimilikinya mampu memprediksi munculnya perilaku *social comparison* dengan orang-orang yang ia lihat di Instagram (Rania & Yuliana, 2023).

Dalam studi lain disebutkan juga bahwa seseorang yang kurang menerima kondisi dirinya ketika melihat gaya hidup yang orang lain tampilkan di Instagram akan menjadi membandingkan-bandingkan dengan kondisi yang ia miliki. Dalam studi tersebut juga ditemukan bahwa seorang remaja perempuan merasa tidak percaya diri dengan kondisi fisiknya yang gemuk dan wajahnya yang ia nilai kurang cantik, hal ini menunjukkan penerimaan diri yang dimiliki oleh remaja perempuan tersebut, sehingga pada akhirnya ia membandingkan dengan foto yang diunggah oleh orang lain di akun Instagram mereka (Wiranata, Opah, Megantara, Resantari, 2022).

Selain itu, terdapat studi yang membahas mengenai sebuah unggahan yang diunggah pada *reels* Instagram mengenai penerimaan diri, dalam unggahan tersebut dijelaskan bahwa pemilik akun pada awalnya merasa malu dengan kondisi dirinya, hal ini disebabkan karena kekurangan yang ia punya. Tidak hanya itu, pemilik akun juga merasa bahwa tidak ada sisi menarik dari dirinya dan tidak memiliki kemampuan (Shovmayanti & Husna, 2023). Hal tersebut menyebabkan adanya perilaku *social comparison* yang dilakukan oleh pemilik akun tersebut ketika sedang berinteraksi dengan orang lain.

Terdapat pula studi yang membahas mengenai penerimaan diri pada remaja akhir pengguna media sosial Instagram di Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA). Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan adanya ketidakterimaan diri ketika mengakses Instagram yang pada akhirnya menimbulkan perilaku *social comparison* (Amelia, 2022).

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti fenomena *social comparison* pada pengguna aktif Instagram yang dikaitkan dengan variabel-variabel lain. Kebaruan yang ditampilkan pada penelitian ini ialah belum banyak penelitian yang membahas mengenai *social comparison*, *self-esteem*, dan *self acceptance* secara sekaligus serta belum banyak pula yang lokasi penelitiannya berada di Kota Bandung. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat tema tersebut dengan judul “Pengaruh *Self-Esteem* dan *Self Acceptance* Terhadap Perilaku *Social Comparison* Mahasiswa Pengguna Instagram”. Subjek pada penelitian ini ialah mahasiswa/i yang berkuliah di kota Bandung dengan usia 18-25 tahun dan merupakan pengguna aktif Instagram dengan minimal waktu penggunaan selama 30 menit dalam satu hari.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diajukan ialah:

1. Apakah *self-esteem* berperan sebagai prediktor terhadap perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna Instagram?
2. Apakah *self acceptance* berperan sebagai prediktor terhadap perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna Instagram?
3. Apakah *self-esteem* dan *self acceptance* secara bersama-sama berperan sebagai prediktor terhadap perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna Instagram?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. *Self-esteem* berperan sebagai prediktor terhadap perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna Instagram
2. *Self acceptance* berperan sebagai prediktor terhadap perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna Instagram
3. *Self-esteem* dan *self acceptance* secara bersama-sama berperan sebagai prediktor terhadap perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna Instagram.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu psikologi, khususnya yang berkaitan dengan *self-esteem*, *self acceptance*, dan *social comparison* pada mahasiswa pengguna Instagram yang dibuktikan secara data empiris.

Kegunaan Praktis

Berikut ini merupakan kegunaan praktis dari penelitian ini:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menurunkan tingginya perilaku *social comparison* yang dilakukan mahasiswa pengguna Instagram dengan cara meminimalisir adanya *low self-esteem* dan memperkuat adanya *self acceptance*. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sarana bagi mahasiswa untuk melihat sesuatu dari sudut pandang yang positif, dalam konteks ini mahasiswa menjadi termotivasi untuk meng-*upgrade* diri dalam berbagai aspek kehidupan atau dalam kata lain mahasiswa dapat lebih bijak ketika melihat unggahan di Instagram.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik membahas topik mengenai *social comparison* pada mahasiswa pengguna Instagram.

