

**HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DENGAN SUBJECTIVE WELL-BEING  
PADA MAHASISWI PSIKOLOGI UNESA PENGGUNA INSTAGRAM**

**Marcelline Eva Panjaitan**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA. [marcelline.17010664052@mhs.unesa.ac.id](mailto:marcelline.17010664052@mhs.unesa.ac.id)

**Diana Rahmasari**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA. [dianarahmasari@unesa.ac.id](mailto:dianarahmasari@unesa.ac.id)

**Abstrak**

Instagram pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 dan merupakan aplikasi berbagi foto dan video. Instagram menjadi media untuk individu dapat mengkomunikasikan berbagai hal, terutama dalam hal-hal kesuksesan, barang yang dimiliki dan status lainnya. Kondisi ini dapat mempengaruhi *subjective well-being* karena memicu untuk saling membandingkan diri antara pengguna Instagram. Membandingkan diri dapat memunculkan perasaan iri hati, emosi – emosi negatif, dan mempengaruhi evaluasi mengenai kepuasan hidup. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *social comparison* yang dilakukan di Instagram dengan *subjective-well being*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Subjek penelitian terdiri dari 235 responden sebagai sampel penelitian dan 60 responden sebagai sampel tryout, berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel *social comparison* dan *subjective well-being* kurang dari 0,05 yaitu  $p=0,000$  dengan koefisien korelasi sebesar  $-0,561$ . Hasil tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan arah hubungan yang negatif antara *social comparison* dengan *subjective well-being*, dimana jika *social comparison* individu terbilang tinggi maka akan berdampak negatif terhadap *subjective well-being* atau terjadi penurunan pada *subjective well-being*. Sebaliknya, jika *social comparison* terbilang rendah maka akan berdampak positif terhadap *subjective well-being* atau mengalami kenaikan pada *subjective well-being*.

**Kata Kunci : Perbandingan Sosial, Kesejahteraan Subjektif, Instagram, Wanita, Mahasiswi**

**Abstract**

*Instagram is a photo and video application sharing, created in 2010. Instagram allows the users to communicate about everything, especially like any kind of successful things they had, wealthiness, status and more. This situation can influence the state of subjective well-being because the users will tend to compare with one another. Social Comparison can cause envy, negative emotions, and affecting their evaluation of life satisfaction. This research is aimed to examine the correlation between social comparison in Instagram application toward Subjective Well-Being. This research is using quantitative methods. The subject of this research are 235 respondents as a sample and 60 respondents as a tryout subject, selected by criteria that have been made by the researcher. The data analysis technique is Pearson Product Moment Correlation technique. The result of this research shows that the significance level of variable social comparison and subjective well-being is below 0,05 which is  $p=0,000$  with a coefficient correlation around is  $-0,561$  ( $r=-0,561$ ). The result has proven that there is a significant and negative relationship between social comparison and subjective well-being, show that if social comparison is high then it will give a negative impact on subjective well-being or it will degrade the subjective well-being state. In reverse, if social comparison is low then it will give a positive impact on subjective well being or it will increase the subjective well-being state.*

**Keywords : Social Comparison, Subjective Well-Being, Instagram, Women, Undergraduate Female Students**

## PENDAHULUAN

Catatan data Digital 2020 Indonesia mengungkapkan bahwa sebanyak 160 juta dari total penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif sosial media dan menghabiskan waktu sebanyak 3 jam 26 menit perhari untuk bermain sosial media. Aplikasi Instagram menempati urutan ketiga sebagai aplikasi sosial media dengan pengguna terbanyak di Indonesia, setelah Youtube dan Whatsapp. Aplikasi Instagram menjadi salah satu media sosial yang di gemari di Indonesia (We Are Social & Hootsuite, 2021).

Aplikasi Instagram pertama kali diresmikan pada tahun 2010 yang merupakan aplikasi berbagi foto dan video. Aplikasi ini memfasilitasi penggunanya untuk secara instan dapat mengambil foto atau video dan menyebarkan momen-momen kehidupan mereka (Hu et al., 2014). Aplikasi Instagram juga merupakan aplikasi berbasis visual dan menyediakan filter untuk pengguna dapat mengedit foto atau video, sehingga dapat terlihat lebih menarik dipandang (Fioravanti et al., 2020).

Berdasarkan teori *uses* dan *gratification*, orang akan aktif dalam memilih dan menggunakan sosial media sesuai dengan kebutuhannya masing-masing (Wu et al., 2010). Ada beberapa alasan mengapa banyak pengguna sosial media yang tertarik bermain instagram, yaitu menurut penelitian yang dilakukan oleh Sheldon dan Bryant (2016), membuktikan bahwa terdapat motif terbesar untuk bermain instagram yaitu untuk mengetahui dan mengamati kehidupan orang lain. Sedangkan penelitian yang dilakukan Alhabash dan Ma (2017), mengungkap motivasi bermain Instagram diantaranya yaitu mencari hiburan, menghabiskan waktu, mengekspresikan diri, dokumentasi kehidupan, berbagi informasi dan berinteraksi sosial.

Instagram menjadi wadah untuk mempresentasikan diri dan kehidupan pribadi (Vogel et al., 2014). Berdasarkan hasil penelitian Marcus (dalam Sheldon & Bryant, 2016), Instagram dibandingkan dengan sosial media lain lebih menjadi wadah untuk mempresentasikan identitas pribadi pengguna daripada menjalin hubungan dengan pengguna lain. Karena sifatnya mempresentasikan, individu akan cenderung selektif dalam mempresentasikan dirinya sehingga akan berfokus menunjukkan atribut-atribut positif yang dimiliki seperti memperlihatkan foto-foto terbaiknya, pencapaian yang dimiliki dan aktivitas-aktivitas menarik yang dilakukannya (Vogel et al., 2014). Individu tidak memperlihatkan sisi buruk, atau usaha yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan hidup yang dimiliki sekarang. Hal ini menjadi bukti bahwa aplikasi Instagram berisi konten yang hanya menunjukkan sisi terbaik dari kehidupan pengguna. Selain menunjukkan sisi terbaik dari kehidupan, konten Instagram akan membawa individu untuk terekspos terhadap kehidupan ideal yang ditampilkan teman atau siapapun yang diikuti (Ho et al., 2016). Terekspos oleh representasi bias kehidupan ideal

pengguna lain secara berkelanjutan, terbentuklah konstruk dari kumpulan informasi yang tersedia di Instagram yang tidak secara akurat dapat menggambarkan kebahagiaan dan kesuksesan yang ditampilkan. Individu menjadi realisme atau menganggap bahwa konten tersebut bersifat nyata, menganggap bahwa kebahagiaan dan kesuksesan yang tampak ditunjukkan melalui konten (online) sama dengan kebahagiaan dan kesuksesan dalam kehidupan nyata pengguna yang mengunggah tersebut (offline). Karena hal itulah, seseorang akan mengira kehidupan pengguna lain itu lebih bahagia, lebih baik, dan lebih sukses dari dirinya (Vogel et al., 2014; Tandoc et al., 2015; Stapleton et al., 2017).

Secara terus menerus terekspos representasi bias kehidupan ideal yang ditampilkan teman dan pengguna lain yang diikuti di Instagram dalam bentuk update foto, video, dan *feeds* dimanapun dan kapanpun, dapat memicu emosi negatif yang disebut *envy* (iri hati) (Fioravanti et al., 2020). Iri hati adalah “emosi yang tidak menyenangkan yang dapat muncul ketika kita membandingkan secara tidak menyenangkan dengan orang lain.” (Smith & Kim, 2007). Iri hati merupakan hasil dari melakukan *Social Comparison* (Festinger, 1954).

*Social Comparison* atau Perbandingan Sosial pertama kali dicetuskan oleh Festinger (1954) pada bukunya yang berjudul “*A Theory of Social Comparison Process*”. *Social Comparison* adalah kecenderungan individu untuk membandingkan pencapaian, situasi, pengalaman yang dimiliki individu dengan apa yang dimiliki oleh individu lain (Buunk & Gibbons, 2005). Menurut (Suls et al., 2000), *Social Comparison* adalah membandingkan diri dengan orang lain dengan tujuan untuk mengevaluasi atau meningkatkan suatu aspek tertentu yang ada di dalam diri.

Sejalan dengan pembahasan diatas, peneliti telah melakukan studi pendahuluan atau *preliminary study* dengan menyebar *google form* kepada 26 responden mahasiswi psikologi unesa pengguna Instagram berusia kisaran 18 – 19 tahun. Sebanyak 76,9% responden mengaku pernah membandingkan diri di Instagram. Hal-hal yang dibandingkan diantaranya dalam segi pencapaian, kemampuan, penampilan fisik, aktivitas sehari-hari dan gaya hidup. Ditemukan bahwa karena membandingkan diri, dampak yang dialami mahasiswi psikologi unesa yaitu menjadi merasa kurang percaya diri (53,8%), merasa tidak puas dengan kehidupan sendiri (30,8%) dan merasa cemas (26,9%). Responden juga mengaku bahwa dalam sehari dapat menghabiskan waktu sebanyak 2-5 jam dan dalam satu minggu dapat mencapai 14-35 jam hanya untuk bermain Instagram.

Festinger memberikan hipotesis bahwa setiap manusia memiliki *drive* atau dorongan untuk mengevaluasi diri dengan membandingkan diri dengan orang lain sehingga hal ini menjadi karakteristik umum yang dimiliki setiap manusia (Buunk & Gibbons, 2005). Individu

menginginkan informasi yang objektif untuk mengevaluasi atribut yang dimilikinya, namun evaluasi yang kurang akurat atau tidak tersedianya informasi ini membuat individu akan membandingkan dirinya dengan orang lain untuk memperoleh pemahaman yang lebih objektif mengenai dirinya. (Buunk & Gibbons, 2007). Menurut (Suls et al., 2020), menyatakan bahwa seharusnya dalam melakukan evaluasi diri, individu melihat dan memeriksa ke dalam diri, namun menariknya individu melihat keluar dari diri. Ketika individu dikonfrontasi dengan berbagai macam informasi mengenai atribut positif seperti pencapaian, kemampuan dan kehidupan yang ideal milik orang lain, individu akan selalu menghubungkan apa yang ada diluar dengan apa yang ada di dalam diri atau yang dimilikinya. Dengan kata lain, mereka memeriksa pencapaian kemampuan dan kehidupan ideal orang lain untuk menilai apakah pencapaian, kemampuan dan kehidupannya sudah cukup bagus, sehingga beroleh penilaian yang lebih objektif.

Tujuan dari membandingkan diri adalah untuk memperoleh informasi mengenai diri sendiri. Gibbons & Buunk (1999) membagi tiga motif yang melatarbelakangi individu melakukan perbandingan diri, diantaranya untuk *evaluation*, *improvement*, dan *enhancement*. *Evaluation* atau evaluasi diri dilakukan untuk menilai diri sendiri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain dalam dimensi kemampuan dan opini. *Improvement*, selain untuk mempelajari lebih lanjut mengenai kemampuan yang dimiliki, membandingkan diri dilakukan untuk memperbaiki diri. *Enhancement*, keinginan untuk meningkatkan diri dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan perbandingan diri.

Festinger menyebutkan bahwa individu membandingkan diri dengan dua aspek, yaitu aspek kemampuan (*ability*) dan aspek opini (*opinion*). Kemampuan (*ability*), merupakan perbandingan dalam segi pencapaian dan performa, biasanya lebih bersifat kompetitif. Individu ingin mengetahui siapa yang lebih baik diantara dirinya dan orang lain atau “*How am I doing?*”. Opini (*opinion*) merupakan perbandingan dalam segi pemikiran dan keyakinan yang dimiliki dan tidak bersifat kompetitif. Fungsinya hanya untuk mengevaluasi apakah pendapat individu akurat dan dapat diterima secara sosial atau “*Am I correct?*”. (Yang et al., 2018; Park & Baek, 2018).

Wood (dalam Vogel et al., 2014) membagi dua arah social comparison, yaitu *upward social comparison* dan *downward social comparison*. *Upward social comparison* atau perbandingan ke atas terjadi ketika individu membandingkan diri dengan orang lain yang dinilai lebih superior atau memiliki berbagai macam atribut positif. Sebaliknya, *downward comparison* atau perbandingan ke bawah terjadi ketika individu membandingkan diri dengan orang lain yang dinilai lebih inferior. *Downward*

*comparison* dilakukan hanya untuk membuat seseorang merasa lebih baik dari yang lainnya.

Festinger juga menyatakan bahwa individu akan cenderung membandingkan diri dengan yang serupa dengan atribut dirinya dan dengan dimensi yang terkait dengan atribut dirinya. Menurut Mussweiler & Rüter (2003), proses evaluasi diri yang dilakukan dengan membandingkan diri merupakan proses kognitif yang otomatis dan telah menjadi rutinitas, sehingga individu akan membandingkan diri dengan orang yang sering ia bandingkan, seperti kepada teman terdekatnya, dan pada dimensi yang berkaitan dengan dirinya. Sebagai contoh, individu yang ingin mengevaluasi diri pada dimensi “kecantikan”, akan membandingkannya dengan “kecantikan” teman terdekatnya. Dalam hal sosial media, individu akan cenderung membandingkan diri dengan yang biasa ia bandingkan (kepada teman terdekat) dan pada dimensi terkait saja dan bukan kepada *strangers* yang memiliki karakteristik atribut yang sangat jauh dari dirinya dan perbandingan ini akan cenderung diulangi kembali di masa yang mendatang (Locke dalam Suls et al., 2020).

Sosial media, terkhusus Instagram, menyediakan kesempatan yang besar untuk seseorang dapat membandingkan dirinya karena dalam Instagram menyajikan berbagai macam informasi tentang kehidupan ideal orang lain dan individu dapat dengan bebas mengakses informasi tersebut (Feinstein et al., 2013). Informasi tersebut dapat berupa menampilkan kekayaan dari segi ekonomi seperti gaya hidup yang mewah (lifestyle) dan harta benda, segi kemampuan seperti *skill* yang berhasil dikuasai, segi pencapaian berupa prestasi atau *goals* yang berhasil di raih dalam karir, pendidikan, membina keluarga dan lain-lain, segi sosial seperti menampilkan hubungan interpersonal yang baik (romansa dengan pasangan, teman, keluarga) dan dari segi pengalaman. Di Instagram individu lebih banyak terlibat dengan *upward social comparison* dibandingkan dengan *downward social comparison* (Fioravanti et al., 2020). *Upward social comparison* dapat berdampak positif bagi individu seperti memberikan inspirasi dan motivasi untuk menjadi sama dengan yang dibandingkan, namun di dalam sosial media, lebih banyak ditemukan *Upward social comparison* yang berdampak negatif terhadap *subjective well-being* individu (Vogel et al., 2014). Hal ini dikarenakan banyak pengguna yang menunjukkan atribut positifnya melalui foto yang akan menimbulkan perasaan iri hati (Yang & Bradford Brown, 2016). Perbandingan diri ke atas (*upward social comparison*) dapat meningkatkan perasaan bahwa kehidupan orang lain lebih baik sehingga dapat meningkatkan afek negatif dan dapat mengurangi afek positif (Appel et al., 2016). Ditambah lagi dengan intensitas bermain instagram yang tinggi tentu akan mempengaruhi *subjective well-being* individu (Yang & Bradford Brown, 2016).

Hal ini menjadi bukti yang kuat bahwa dengan membandingkan diri, tentu akan berdampak kepada emosi, suasana hati, mood yang dirasakan individu dan bagaimana seseorang memandang atau mengevaluasi seluruh kehidupannya (de Vries et al., 2018). Kegiatan mengevaluasi seluruh kehidupan yang dimiliki disebut dengan *Subjective Well-Being* (SWB).

*Subjective Well-Being* atau kesejahteraan subjektif psikologis merupakan evaluasi yang dilakukan individu terhadap keseluruhan kehidupannya (Diener, 2000). Evaluasi tersebut meliputi evaluasi secara aspek kognitif (kepuasan hidup atau *life-satisfaction*) dan aspek afektif (afek positif dan afek negatif) (Diener, 2000). Evaluasi kognitif terjadi ketika individu menilai kepuasan mereka terhadap kehidupannya secara keseluruhan dan evaluasi afektif mencakup reaksi emosi yang dirasakan individu terhadap segala peristiwa yang terjadi di kehidupannya (suasana hati).

Singkatnya, SWB adalah apa yang dikenal sebagai “Kepuasan Hidup” dan “Kebahagiaan” (Diener et al., 2003). Shin dan Johnson (dalam Diener et al., 1985) mendefinisikan kepuasan hidup sebagai penilaian secara menyeluruh terhadap kualitas hidup sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Dalam hal ini, kepuasan hidup merupakan penilaian secara internal oleh individu, berdasarkan perbandingan kehidupan saat ini dengan standar kehidupan yang diinginkan, sehingga bukan didasarkan pada faktor eksternal seperti kesehatan atau kekayaan. Bagaimanapun, individu yang menentukan penilaian terhadap kepuasan hidupnya (Diener et al., 1985).

Kebahagiaan mencakup frekuensi dan bukan intensitas, seberapa sering individu mengalami emosi positif lebih banyak daripada emosi negatif. Emosi positif terdiri dari emosi bahagia, baik, nyaman, antusias, gembira, dan tenang. Sedangkan emosi negatif meliputi emosi iri hati, frustrasi, sedih, cemas, marah, tidak bergairah (Diener et al., 2010).

Individu yang memiliki tingkat SWB yang tinggi adalah individu yang merasa sangat puas dengan kehidupannya dan merasakan lebih banyak frekuensi emosi positif daripada emosi negatif (Compton & Hoffman, 2013).

*Subjective Well-Being* sangatlah penting di dalam kehidupan manusia. Diener dalam Compton & Hoffman (2013), menyatakan bahwa individu yang melaporkan mengalami perasaan lebih bahagia dan lebih puas dalam hidupnya cenderung lebih sukses dalam berbagai aspek kehidupannya seperti dalam aspek pekerjaan, pernikahan, hubungan sosial, kesehatan, dan *coping skills*, dibandingkan dengan individu yang tidak terlalu bahagia. Ketika seseorang bahagia maka akan menghadirkan output positif dalam setiap aspek kehidupannya (Compton & Hoffman, 2013).

Terdapat dua model pendekatan *Subjective Well-Being* yaitu *Bottom Up-Model* dan *Top Down Model*. *Bottom-up model* meyakini bahwa kepuasan kehidupan secara keseluruhan dinilai dari jumlah kepuasan atau peristiwa bahagia yang kita alami pada setiap domain kepuasan hidup seperti dalam lingkup pertemanan, pendidikan, karir, keluarga dan lainnya. Dengan kata lain, SWB digambarkan sebagai banyaknya kepuasan dan kebahagiaan dalam hidup. *Top down model* berbeda dengan *Bottom-up model*, karena *top down model* merupakan cara individu menginterpretasikan situasi dan setiap peristiwa secara positif di dalam kehidupan. *Bottom up-model* menilai dari sisi eksternal, sedangkan *Top-down model* menilai berdasarkan dari sisi internal (Compton & Hoffman, 2013).

Banyak faktor yang mempengaruhi SWB dalam (Diener, 2009) seperti pendapatan, kepribadian, *goals-orientation*, *self-esteem*, dan *social comparison*. Pendapatan, individu yang memiliki pendapatan yang tinggi, akan cenderung lebih bahagia dan merasa puas dengan kehidupannya dan terbukti dengan kesehatan yang lebih baik. Sedangkan individu yang memiliki pendapatan yang rendah atau yang tidak dapat mencukupi kebutuhan dasar (seperti sandang, pangan, papan) akan merasa lebih tidak bahagia. Kepribadian, individu dengan kepribadian ekstraversi lebih banyak berkorelasi dengan mood positif sedangkan individu dengan neurotisme yang tinggi akan lebih merasakan mood negatif yang lebih banyak (*unhappiness*). *Goals-Oriented*, memiliki tujuan hidup, *progress* untuk mencapai tujuan hidup menjadi faktor yang mempengaruhi SWB. *Self-Esteem*, *Self-esteem* adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan, berupa menganggap dirinya berharga. *Self-esteem* yang tinggi menjadi faktor kuat yang mempengaruhi SWB. *Social Comparison*, mengevaluasi kehidupan tentu membutuhkan standar, dan hal ini dilakukan dengan membandingkan dengan orang lain. Membandingkan diri dengan yang lebih baik, akan membuat individu merasa tidak puas dan merasakan emosi negatif terhadap kondisi kehidupannya saat ini dengan kehidupan ideal yang ditetapkannya (Compton & Hoffman, 2013). *Life Events*, peristiwa-peristiwa kehidupan yang dialami individu, baik itu positif ataupun negatif, tergantung pada penilaian, persepsi yang diberikan terhadap peristiwa yang dialami. Memiliki kontrol atas persepsi dan perilaku terhadap peristiwa itulah yang mempengaruhi SWB.

Banyak penelitian yang membuktikan bahwa, membandingkan diri dengan yang lebih baik (*upward social comparison*) akan berdampak negatif terhadap *subjective well-being* individu seperti, mengakibatkan *self-esteem* rendah (Vogel et al., 2014; Buunk & Gibbons, 2005), ruminasi negatif sampai kepada depresi (Feinstein et al., 2013), memicu perasaan frustrasi, kebencian dan

akan lebih banyak merasakan emosi negatif di dalam hidupnya (de Vries et al., 2018).

Dari data yang dilansir dari We Are Social & Hootsuite (2021), sebanyak 67,8% merupakan pengguna aktif sosial media dari total populasi Indonesia, 50,8% diantaranya wanita dan 49,2% diantaranya laki-laki. Angka ini menunjukkan bahwa lebih banyak pengguna wanita yang menggunakan sosial media dibandingkan laki-laki. Wanita lebih aktif terlibat dalam aktivitas di sosial media, seperti mengupload foto *selfies*, dan lebih banyak menggunakan filter pada fotonya dibandingkan dengan laki-laki (Dhir et al., 2016). Hal ini dikarenakan, dengan memposting foto *selfie* karena wanita lebih suka mempresentasikan diri secara online dan untuk menunjukkan bahwa dirinya cukup menarik (Manago et al., 2008). Wanita juga lebih banyak mengalami absorpsi kognitif dan menghabiskan waktu lebih untuk bermain sosial media daripada laki-laki (Barnes et al., 2019). Terdapat hubungan yang kuat antara membandingkan diri mengakibatkan berbagai macam emosi negatif sampai kepada munculnya simtom depresi terhadap wanita (Nesi & Prinstein, 2015).

Masa dewasa awal merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Menurut Santrock (2013), rentang usia masa dewasa awal berkisar antara 18 tahun sampai dengan 25 tahun. Kata *adult* dalam bentuk lampau "adultus" memiliki arti telah menjadi dewasa. Oleh karena itulah, orang dewasa adalah seseorang yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukan di masyarakat bersama orang dewasa lainnya (Hurlock, 1980). Masa dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan yang baru dan harapan-harapan sosial baru yang disematkan masyarakat kepada individu yang telah memasuki usia dewasa awal. Tugas-tugas perkembangan masa dewasa awal menurut Hurlock (1980) diantaranya, *pertama*, mendapatkan suatu pekerjaan, dalam hal ini juga memilih karir atau pekerjaan apa yang cocok dan diminati, *kedua*, memilih pasangan hidup yang cocok, *ketiga*, menikah dan belajar menjalani peran sebagai suami atau istri, *keempat*, memiliki keturunan, menjalani peran sebagai orang tua, *kelima*, mengelola rumah tangga, *keenam*, menerima tanggung jawab sebagai warga negara, *ketujuh*, bergabung dalam suatu kelompok sosial yang cocok. Oleh karena itu masa dewasa awal sering disebutkan sebagai masa paling sulit untuk melakukan penyesuaian diri karena dituntut untuk menjadi mandiri (tidak seperti remaja yang dapat bergantung dengan orang disekitarnya) dan berhasil dalam menjalani setiap tugas perkembangan dewasa awal. Kondisi ini yang menjadi tantangan, sehingga semua individu dewasa awal akan berusaha untuk berhasil dan tidak gagal dalam fase ini. Keberhasilan melalui fase ini dapat menghasilkan kebahagiaan dan mengarahkan kepada keberhasilan di tahap – tahap selanjutnya (Putri, 2018).

Pada umumnya, mahasiswi yang masuk perguruan tinggi berada pada fase peralihan dari remaja akhir ke dewasa awal. Semua individu yang telah memasuki usia dewasa awal akan berusaha untuk berhasil dalam menjalani tugas dewasa awal ini. Pada akhirnya mereka akan memiliki pekerjaan yang bagus, pasangan hidup yang cocok, menikah dan berkeluarga. Dan di dalam sosial media mereka akan mengekspos atribut positif atau pencapaian yang telah dimiliki tersebut. Kondisi ini yang dapat memicu mahasiswi membandingkan dirinya dengan pencapaian yang sudah diraih oleh teman seusianya. Sejalan dengan pendapat Suls et al., (2020), bahwa individu akan selalu mengkaitkan apa yang dimiliki dalam diri dengan apa yang dimiliki oleh orang lain. Terlalu sering mengakses konten seperti ini di Instagram, tentu berpotensi menjadi konflik bagi mahasiswi karena merasa tertinggal, menjadi tidak puas akan hidup yang dijalaninya saat ini, dan memicu emosi negatif. Mahasiswi menjadi terlalu fokus dengan kehidupan orang lain bukan dengan kehidupan sendiri dan sangat rentan untuk merasa tidak bahagia jika mahasiswi tersebut tidak mampu melewati fase perkembangannya dengan baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fioravanti et al., (2020) dengan judul artikel "Taking A Short Break from Instagram: The Effects on Subjective Well Being" membuktikan bahwa 40 partisipan wanita yang diminta untuk tidak bermain Instagram selama seminggu sehingga tidak melakukan perbandingan diri, melaporkan *subjective well being* yang lebih tinggi daripada wanita yang tetap bermain Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terekspos secara berlebihan mengenai berbagai atribut positif melalui gambar di Instagram, dan tidak secara berlebihan membandingkan diri, dapat meningkatkan level kepuasan hidup partisipan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas & Savira (2017) dengan judul "Hubungan antara *coping stress* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa luar jawa" adalah penelitian yang dilakukan terhadap 60 mahasiswa psikologi unesa yang bukan etnis jawa dan bukan berasal dari pulau jawa. Nilai signifikansi penelitian ini kurang dari 0,05 atau  $p=0,00$  dan koefisien korelasi sebesar 0,604 menunjukkan terdapat hubungan yang linear dan positif, artinya jika terjadi peningkatan pada variabel *coping stress* maka terjadi peningkatan pula pada variabel *subjective well-being*.

Penelitian yang dilakukan oleh Prabowo & Laksmiwati (2020) dengan judul "Hubungan antara rasa syukur dengan kebahagiaan mahasiswa jurusan psikologi universitas negeri Surabaya" dilakukan kepada 252 mahasiswa psikologi unesa. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi yaitu  $p=0,00$  atau kurang dari 0,05 dan nilai  $r$  sebesar 0,859 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara rasa syukur dan kebahagiaan, semakin tinggi rasa syukur maka semakin tinggi tingkat kebahagiaan.

Beberapa hasil penelitian di atas adalah variabel – variabel yang dapat meningkatkan *subjective well-being* itu sendiri seperti mengurangi penggunaan aplikasi instagram, melakukan *coping stress* yang efektif dan meningkatkan rasa syukur. Berbeda dengan penelitian ini yaitu meneliti tentang variabel yang akan menurunkan tingkat *subjective well-being* yaitu dengan cara membandingkan diri.

Mengapa peneliti tertarik untuk meneliti hal ini karena di Indonesia masih sedikit yang meneliti mengenai dampak membandingkan diri di instagram terhadap keseluruhan aspek *subjective well-being*. Penelitian yang dilakukan Amelia (2019) mengenai *social comparison* di instagram hanya meneliti satu aspek dari SWB yaitu *life satisfaction* pada remaja akhir berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Oleh karena itu, peneliti semakin tertarik untuk meneliti dampak *social comparison* terhadap seluruh aspek SWB (*life satisfaction and affective*) pada wanita (mahasiswi) dewasa awal.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *Social Comparison* yang dilakukan dalam aplikasi Instagram terhadap *Subjective Well-Being* pada Mahasiswi Psikologi UNESA Pengguna Instagram.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019a).

Di dalam penelitian ini, terdapat dua variabel penelitian, yaitu *social comparison* sebagai variabel independen (variabel X) dan *subjective well-being* sebagai variabel dependen (variabel Y). Penelitian ini adalah tipe penelitian yang ingin mengetahui hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswi psikologi unesa pengguna Instagram.

Populasi adalah keseluruhan individu yang merupakan subjek penelitian (A. Rangkuti, 2017). Sedangkan sampel adalah sejumlah individu yang diambil dari populasi, dan diharapkan sampel yang diambil representatif dan mencerminkan ciri-ciri populasinya sehingga kesimpulan yang diambil dapat menggambarkan kondisi keseluruhan populasi. Pengambilan sampel ini dilakukan untuk keefektivitasan dalam segi biaya dan waktu (A. Rangkuti, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi psikologi unesa yang berusia 18-21 tahun sebanyak 570 populasi. Pengukuran ukuran sampel menggunakan rumus Yamane, karena jumlah populasinya telah diketahui (Sugiyono, 2019b), terpilih jumlah sampel sebanyak 235 responden dan 60 responden lainnya sebagai subjek tryout.

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *sampling incidental*. *Sampling incidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu peneliti dan dinilai cocok sebagai sumber data maka akan dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2019b). Adapun ketentuan kriteria sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswi aktif S1 Psikologi UNESA
2. Berusia 18 – 21 tahun (angkatan 2017, 2018, 2019, 2020)
3. Memiliki akun Instagram
4. Aktif menggunakan Instagram (mengakses instagram 3-4 jam atau lebih per hari)
5. Mengikuti akun teman yang menampilkan gaya hidup mewah, pencapaian, kemampuan, dan situasi hidup yang baik lainnya.

Instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel *social comparison* menggunakan Skala *Social Comparison* dan Skala *Subjective Well-Being* yang disusun oleh peneliti. Skala *Social Comparison* terdiri dari aspek kemampuan dan opini yang diwakili sebanyak 22 aitem. Skala *Subjective Well-Being* terdiri dari aspek kognitif dan afektif yang diwakili sebanyak 35 aitem.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket, yang berisi butir-butir pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Angket akan disebar melalui *google form* (formulir online). Teknik pemberian skor dalam angket penelitian menggunakan model skala *likert*. Skala *Social Comparison* terbagi menjadi 5 alternatif jawaban yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS). Sedangkan, Skala *Subjective Well-Being* aspek kognitif terbagi menjadi 5 alternatif jawaban yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS). Skala *Subjective Well-Being* aspek afektif terbagi menjadi 5 alternatif jawaban yaitu tidak pernah (TP), jarang (J), kadang-kadang (KK), sering (S), selalu (S).

Sebelum melakukan pengambilan data di lapangan, instrumen penelitian wajib di uji validitas dan reliabilitasnya sehingga hasil penelitian dapat dipercaya keabsahannya. Uji validitas berfungsi untuk mengetahui apakah instrumen yang akan digunakan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan meskipun digunakan berulang kali dalam waktu yang berbeda akan menghasilkan hasil yang sama (konsisten). Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan *tryout* kepada 60 sampel yang kemudian dihitung dengan uji beda item menggunakan *Product Moment* dengan bantuan *Software SPSS 25.00 for windows*. Sedangkan Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach's* dengan *Software SPSS 25.00 for windows*. (Sugiyono, 2019a).

Teknik analisis data untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Teknik korelasi ini dapat digunakan untuk menunjukkan besar/kecil dan kuat/lemahnya hubungan (melalui indeks angka korelasi) dan arah hubungan (melalui tanda + atau -). Koefisien korelasi (r) akan bernilai -1,00 hingga +1,00. Koefisien sebesar 1,00 (baik positif ataupun negatif) akan menunjukkan bahwa ada hubungan yang sempurna antara dua variabel.

Pada penelitian ini, jika indeks korelasi negatif atau r mendekati -1, maka arah hubungan antara dua variabel berlawanan atau saling bertolak belakang atau terjadi perbandingan yang terbalik antara dua variabel. Kenaikan skor pada satu variabel akan diikuti penurunan skor pada variabel lainnya, sehingga apabila variabel *Social Comparison* tinggi, maka variabel *Subjective Well-Being* rendah, sebaliknya apabila variabel *Social Comparison* rendah, maka *Subjective Well-Being* tinggi (A. Rangkuti, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Statistik Deskriptif

Data penelitian yang diperoleh selanjutnya akan diolah dan diberikan interpretasi. Analisis statistik deskriptif perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum data akan dilakukan uji asumsi dan uji hipotesis. Pengolahan data untuk statistik deskriptif ini dilakukan dengan bantuan *Software SPSS 25.00 ver for windows*. Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1 Uji Deskriptif**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
SCO	235	22	97	62.59	16.419
SWB	235	55	175	125.09	23.432
Valid	235				

Berdasarkan tabel diatas, nilai (N) menunjukkan banyaknya jumlah mahasiswi yaitu 235 mahasiswi. Pada variabel *Social Comparison* mendapat nilai *mean* yaitu 62,59 dengan nilai *maximum* sebesar 97 dan nilai *minimum* sebesar 22, sedangkan variabel *Subjective Well-Being* mendapat nilai *mean* yaitu 125,09 dengan nilai *maximum* sebesar 175 dan nilai *minimum* sebesar 55.

Hasil penelitian dari Skala *Social Comparison* menunjukkan standar deviasi sebesar 16,419; sedangkan pada Skala *Subjective Well-Being* sebesar 23,432. Hal ini menunjukkan bahwa skor rata-rata data penelitian bervariasi dikarenakan jumlah standar deviasi yang lebih dari 6 (1 SD = 6).

## 2. Analisis Data

### a. Uji Asumsi

#### 1) Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data dari variabel *Social Comparison* dan *Subjective Well-Being* adalah normal atau tidak. Distribusi data dapat dikatakan normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal. Uji Normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan SPSS versi 25.00 *for windows*. Berikut hasil uji normalitas variabel *Social Comparison* dan variabel *Subjective Well-Being* :

**Tabel 1.2 Uji Normalitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
Social Comparison Subjective Well-Being	0,200	Distribusi data normal

Berdasarkan hasil tabel di atas, nilai signifikansi variabel *Social Comparison* dan *Subjective Well-Being* adalah sebesar 0,200 (Sig. > 0,05), dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian ini yakni *Social Comparison* dan *Subjective Well-Being* memiliki data yang berdistribusi normal.

#### 2) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel *Social Comparison* dengan variabel *Subjective Well-Being*. Jika nilai *signification deviation from linearity* > 0,05 atau lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Sedangkan, jika *signification deviation from linearity* < 0,05 atau lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Berikut hasil uji linearitas variabel *Social Comparison* dan variabel *Subjective Well-Being* :

**Tabel 1.3 Uji Linearitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
Social Comparison Subjective Well-Being	0,423	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas, didapatkan hasil nilai *signification deviation from linearity* sebesar 0,423 > (Sig. 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat

hubungan yang linear antara variabel *Social Comparison* dengan variabel *Subjective Well-Being*.

#### b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk memenuhi asumsi parametrik. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan bantuan SPSS ver. 25.00 for windows. Uji Korelasi *Pearson Product Moment* digunakan karena dapat menunjukkan besar atau kecil, kuat atau lemahnya hubungan melalui koefisien korelasi (r) dan arah hubungan melalui tanda positif atau negatif (A. Rangkuti, 2017). Pada penelitian ini, hipotesis yang akan diuji yaitu terdapat hubungan signifikan dan negatif antara *social comparison* dengan *subjective well-being*. Berikut tersedia tabel pedoman dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2019c) :

**Tabel 1.4 Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-3,99	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

**Tabel 1.5 Ketentuan Uji Hipotesis**

Nilai signifikansi	Keterangan
Sig < 0,05	Hubungan Signifikan
Sig > 0,05	Hubungan Tidak Signifikan

Penelitian ini mempunyai hipotesis yaitu terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara *social comparison* dengan *subjective well-being* yang telah diujikan kepada 235 mahasiswi psikologi unesa pengguna instagram dan data diolah menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil perolehan data dapat dilihat pada tabel 1.6 dibawah ini :

**Tabel 1.6 Hasil Uji Hipotesis**

		Social Comparison	Subjective Well-Being
Social Comparison	Pearson Correlation	1	-.561**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	235	235
Subjective Well-Being	Pearson Correlation	-.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	235	235

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

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 (Sig. < 0,05) yaitu kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *social comparison* dengan variabel *subjective well-being*.

Tabel diatas juga menunjukkan besarnya koefisien korelasi senilai -0,561 dimana nilai tersebut menunjukkan derajat korelasi yang sedang, dan karena nilai yang dimunculkan terdapat tanda negatif maka nilai koefisien korelasi memiliki arah hubungan yang negatif yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak searah atau bertolak belakang. Dalam hal ini, ketika *Social Comparison* (X) meningkat, maka *Subjective Well-Being* (Y) menurun, sebaliknya ketika *Social Comparison* (X) yang dilakukan rendah maka *Subjective Well-Being* (Y) menjadi tinggi.

Hasil dari uji hipotesis penelitian ini adalah Ho ditolak dan Ha diterima atau terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswi psikologi unesa pengguna instagram.

Menghitung nilai *R Square* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel X terhadap variabel Y. Berikut hasil perhitungan nilai *R Square* yang dihitung menggunakan analisis regresi dengan bantuan SPSS ver. 25.00 for windows :

**Tabel 1.7 R Square**

	R	R Squared	Adjusted R Square	Std. Error
SCO*SWB	.561	.315	.312	19.435

Nilai *R Square* yang diperoleh dari variabel *social comparison* dan *subjective well-being* yaitu sebesar 0,315. Dapat disimpulkan bahwa besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan variabel *social comparison* terhadap *subjective well-being* adalah sebesar 31,5%, sedangkan 68,5% sisanya disumbangkan oleh faktor lain.

#### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswi psikologi unesa pengguna Instagram. Penelitian yang dilakukan kepada 235 mahasiswi dan dianalisis menggunakan uji hipotesis korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan SPSS ver. 25.00 for windows menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (Sig. < 0,05). Hal ini membuktikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima dengan hipotesis penelitian yang berbunyi “terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswi psikologi unesa pengguna instagram.”



Hasil uji hipotesis pada tabel diatas juga menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,561 ( $r=0,561$ ) menunjukkan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi yang sedang antara variabel *Social Comparison* dan *Subjective Well-Being* dikarenakan angka 0,561 terletak diantara angka 0,40-0,599.

Pada nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar (-0,561) terdapat tanda negatif, hal ini menunjukkan arah hubungan yang bertolak belakang atau negatif, yang memiliki arti jika terjadi peningkatan pada variabel *Social Comparison* (X) maka akan diikuti dengan penurunan pada variabel *Subjective Well-Being* (Y). Sebaliknya, jika variabel *Social Comparison* (X) rendah, maka variabel *Subjective Well-Being* (Y) tinggi.

*Social Comparison* adalah kecenderungan individu untuk membandingkan pencapaian, situasi, pengalaman yang dimiliki individu dengan apa yang dimiliki oleh individu lain (Buunk & Gibbons, 2005). Individu membandingkan diri dengan dua aspek, yaitu aspek kemampuan (*ability*) dan aspek opini (*opinion*).

Berdasarkan penjelasan mengenai hasil koefisien korelasi di atas yang menunjukkan adanya hubungan signifikan dan arah hubungan yang negatif maka dapat disimpulkan bahwa *social comparison* yang dilakukan secara berlebihan akan berdampak negatif terhadap *subjective well-being* yang dimiliki individu. Hal ini disebabkan karena ketika individu membandingkan diri dengan orang lain yang di nilai lebih baik dari dirinya (*upward social comparison*), individu membandingkan apa yang tidak dimilikinya dengan apa yang dimiliki oleh orang lain, menjadikan kehidupan orang lain sebagai tolak ukur untuk menilai kehidupan sendiri (Stapleton et al., 2017; Suls et al., 2020), sehingga kehidupan orang lain dinilai lebih baik, lebih bahagia dan lebih sukses (Chou & Edge, 2012). Individu menjadi tidak puas akan kehidupan yang dimilikinya karena kehidupan yang dijalani sekarang tidak sesuai dengan kehidupan yang diharapkan (Diener et al., 1985), dan akan merasakan emosi negatif lebih banyak daripada emosi positif seperti iri hati, kebencian, frustrasi bahkan sampai kepada depresi (de Vries et al., 2018; Feinstein et al., 2013). Jika *subjective well-being* yang dimiliki individu tersebut rendah atau ketika individu mengalami ketidakpuasan dan ketidakbahagiaan, maka individu akan kesulitan dalam menjalani seluruh aspek kehidupan sehingga akan menghasilkan *output* yang negatif dalam setiap aspek kehidupannya (Compton & Hoffman, 2013). Sebaliknya, jika *social comparison* sedikit dilakukan maka akan berdampak positif terhadap *subjective well-being* yang dimiliki oleh individu. Individu tidak menilai kehidupannya menggunakan tolak ukur kehidupan orang lain, melainkan menjadikan perbandingan tersebut sebagai acuan dan motivasi untuk berfokus mengembangkan diri sendiri dan kehidupan yang dimilikinya (Meier & Schäfer, 2018). Hal tersebut akan

mempengaruhi kondisi *subjective well-being* secara positif. Namun ketika individu merasa puas dan tidak kecewa, bukan berarti individu menjadi *stuck* dan menerima kehidupan dengan apa adanya melainkan mengalihkan fokus yang semula pada orang lain, menjadi kepada diri sendiri dan mengembangkan aspek kehidupan yang ingin dikembangkan (*self-development*). Individu yang memiliki *subjective well-being* yang tinggi, akan merasa puas, bahagia, merasakan emosi positif lebih banyak dari emosi negatif, dan akan lebih sukses menghasilkan *output* yang baik di setiap aspek kehidupannya (Compton & Hoffman, 2013).

Perilaku membandingkan diri ke atas (*upward social comparison*) yang ditemukan pada mahasiswa psikologi unesa seperti ketika melihat postingan teman di Instagram, individu menggunakan kehidupan, pencapaian, kemampuan orang lain sebagai tolak ukur untuk menilai kehidupan sendiri. Membandingkan diri yang dilakukan dapat berupa dari segi prestasi, ekonomi, penampilan fisik, pencapaian, kemampuan dan relasi sosial. Seperti yang diwakili oleh aitem jika melihat postingan teman yang menunjukkan harta benda, maka saya akan bertanya kepada diri sendiri “bagaimana kemampuan ekonominya dibandingkan dengan saya”, ketika melihat teman saya bertubuh bagus, individu akan bertanya kepada diri sendiri “apakah tubuh saya semenarik tubuh teman tersebut.”, atau untuk mengetahui apakah pencapaian saya sudah bagus, saya membandingkan dengan pencapaian teman di Instagram. *Social Comparison* yang dilakukan individu ini akan menghalangi individu untuk merasakan kebahagiaan dan kepuasan akan hidupnya sendiri.

Individu membandingkan diri terbagi menjadi dua aspek, yaitu aspek kemampuan (*ability*) dan aspek opini (*opinion*). Aspek kemampuan (*ability*) merupakan perbandingan dalam segi pencapaian dan performa, biasanya lebih bersifat kompetitif untuk mengetahui dan mengukur siapa yang lebih baik. Aspek kemampuan terbagi menjadi dua indikator yaitu dalam segi pencapaian dan performa. Aspek kemampuan digambarkan melalui perilaku membandingkan dalam segi prestasi, ekonomi, penampilan fisik, pencapaian, kemampuan dan relasi sosial. Aspek kemampuan memiliki nilai rata – rata sebesar 47,78. Aspek opini (*opinion*) merupakan perbandingan dalam segi pemikiran dan keyakinan yang dimiliki dan tidak bersifat kompetitif dan bersifat untuk mengevaluasi apakah pendapat individu akurat dan dapat diterima secara sosial. (Yang et al., 2018; Park & Baek, 2018). Aspek opini terbagi menjadi tiga indikator yaitu preferensi opini saat ini, evaluasi kepercayaan dan preferensi opini di masa depan. Aspek opini digambarkan melalui perilaku mencari tahu opini orang lain dan membandingkan dengan opini diri sendiri untuk dijadikan bahan pertimbangan membuat keputusan atau untuk mengetahui bahwa opininya diterima oleh orang lain tersebut. Aspek opini memiliki nilai rata-

rata sebesar 14,81. Dapat disimpulkan bahwa aspek kemampuan yang berkontribusi besar dalam *social comparison* yang dilakukan individu.

*Social Comparison* merupakan salah satu faktor yang berdampak pada kondisi *subjective well-being*. Sesuai dengan pendapat (Diener, 2009). beberapa faktor yang mempengaruhi *subjective well-being* individu diantaranya seperti pendapatan, kepribadian, *goals-orientation*, *self-esteem*, dan *social comparison*.

*Subjective Well-Being* atau kesejahteraan subjektif psikologis merupakan evaluasi yang dilakukan individu terhadap keseluruhan kehidupannya (Diener, 2000). Perilaku yang ditemukan pada mahasiswa psikologi unesa, terbagi menjadi dua yaitu individu dengan perbandingan diri yang tinggi dan *subjective well-being* yang rendah, dan individu dengan perbandingan diri yang rendah dan *subjective well-being* yang tinggi. Membandingkan diri secara berlebihan akan berdampak negatif terhadap kondisi *subjective well-being* individu. Secara kognitif (berkaitan dengan kepuasan hidup), individu tidak memiliki kepuasan hidup di masa kini, masa lalu dan masa depan. Individu merasa tidak puas, kecewa dan merasa kehidupan saat ini tidak berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Individu juga tidak menerima, menyesal dan membenci pengalaman masa lalunya. Individu juga merasa putus asa jika memikirkan masa depan, tidak yakin dengan kemampuan yang dimiliki untuk menghadapi kesulitan hidup di masa depan. Secara afektif, individu akan merasa malu, sedih, khawatir, hilang semangat dan gairah hidup untuk menjalani hari, merasa kehidupannya tidak berharga, merasa tidak ada yang dapat dibanggakan dalam kehidupannya, dan merasa kehidupannya biasa – biasa saja dan sangat membosankan. Namun, ketika individu membandingkan diri dengan tidak berlebihan, secara kognitif individu akan puas dengan kehidupan masa kini, menerima semua peristiwa yang telah terjadi di masa lalu, dan optimis serta yakin mampu menghadapi kesulitan hidup di masa depan. Individu merasa telah mendapatkan hal yang diinginkan dalam hidup. Secara afektif, individu menjalani hari – hari dengan ceria, senang, penuh sukacita, nyaman, bersemangat, tenang, menganggap bahwa kehidupannya berharga dan patut disyukuri, banyak hal yang dapat dibanggakan karena kehidupannya dipenuhi hal – hal yang menarik.

Evaluasi atau penilaian individu terhadap kehidupan yang dijalannya terbagi menjadi dua aspek yaitu, evaluasi secara aspek kognitif (kepuasan hidup atau *life-satisfaction*) dan aspek afektif (afek positif dan afek negatif) (Diener, 2000). Evaluasi kognitif terjadi ketika individu menilai kepuasan mereka terhadap kehidupannya secara keseluruhan, terdiri dari kepuasan terhadap kehidupannya saat ini, kepuasan kehidupan terhadap masa lalu dan kepuasan kehidupan akan masa depan. Evaluasi afektif mencakup reaksi emosi yang dirasakan individu terhadap segala peristiwa yang terjadi di kehidupannya

(suasana hati). Emosi-emosi tersebut ada yang bersifat positif dan negatif. Emosi positif terdiri dari perasaan bahagia, puas hati, dan bangga sedangkan emosi negatif terdiri dari perasaan bersalah, malu, menyesal, sedih, khawatir, tidak bergairah dan tidak bangga atas kehidupan yang dijalani. Evaluasi kognitif memiliki nilai rata – rata yaitu 54,91, sedangkan evaluasi afektif sebesar 70,19. Dapat disimpulkan bahwa evaluasi afektif memegang peranan penting terhadap kondisi *subjective well-being* individu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Vogel et al., (2015) dengan judul “*Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes*”. Penelitian ini dilakukan kepada 120 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa subjek yang menggunakan aplikasi Facebook secara berlebihan, cenderung lebih sering membandingkan diri dan berdampak terhadap persepsi diri, *self-esteem* menjadi rendah, dan lebih banyak merasakan afek negatif dalam hidupnya. Hal ini disebabkan karena, aplikasi Facebook menyediakan banyak informasi yang dapat membuat individu membandingkan diri. Individu yang selalu membandingkan diri adalah individu yang tidak yakin pada dirinya dan menggunakan informasi yang tersedia untuk mengevaluasi dirinya dan individu cenderung tidak sadar bahwa hal tersebut akan berdampak buruk *subjective well-being* dirinya. Namun, ada juga individu yang selalu membandingkan diri dengan tujuan untuk mengembangkan dirinya sendiri atau *self-improvement*, *upward social comparison* dapat memotivasi dan memberikan inspirasi.

Penelitian yang dilakukan oleh de Vries et al., (2018) yang berjudul “*Social Comparison as the thief of joy: emotional consequences of viewing strangers instagram posts*”. Peneliti menggunakan 130 sampel pengguna Instagram. juga membuktikan bahwa individu dengan *social comparison* yang tinggi dapat berdampak pada berkurangnya emosi – emosi positif dalam hidupnya, dan meningkatkan emosi – emosi positif pada individu yang jarang membandingkan diri.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Schmuck et al., (2019) dengan judul “*Looking Up and Feeling Down, the influence of mobile social networking sites use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users*”. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen dengan total sampel yaitu 833 sampel pada tahap 1 dan 461 sampel pada tahap 2 di Jerman. Sosial media yang diteliti dalam penelitian ini diantaranya Instagram, Facebook, Whatsapp, Snapchat dan Youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* ke atas berhubungan negatif dengan harga diri individu, yang memprediksi kesejahteraan subjektif yang lebih rendah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Chou & Edge (2012), dengan judul “*They are happier and having better lives than I am*” dengan sampel penelitian sebanyak 425 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin lama durasi individu saat menggunakan aplikasi Facebook, semakin kuat keyakinan bahwa orang lain lebih bahagia daripada diri mereka sendiri, dan semakin sedikit mereka setuju bahwa hidup itu adil. Melihat gambar bahagia orang lain di Facebook memberi kesan kepada orang-orang bahwa orang lain 'selalu' bahagia dan bersenang-senang dalam hidup terbukti dari foto-foto momen bahagia yang di posting. Apa yang tampak melalui online tidak sama dengan pengalaman hidup yang tidak selalu positif, individu menjadi menyimpulkan bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dari diri mereka, hidup ini tidak adil dan hal ini dapat mempengaruhi kepuasan hidupnya.

Penelitian – penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya adalah penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti yaitu bahwa *social comparison* memiliki hubungan dengan *subjective well-being*. Dimana *social comparison* dan penggunaan instagram secara berlebihan dapat berdampak buruk pada *subjective well-being* sebaliknya *social comparison* dan penggunaan instagram yang dilakukan sewajarnya dapat berdampak positif pada *subjective well-being* individu. Variabel *social comparison* memberikan sumbangan sebesar 31,5% sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *subjective well-being*, sedangkan 68,5% sisanya disumbangkan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Berdasarkan pembahasan di atas, hasil uji hipotesis korelasi dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara variabel *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswi psikologi unesa pengguna instagram. Dimana jika terjadi peningkatan pada variabel *Social Comparison* (X) maka akan diikuti dengan penurunan pada variabel *Subjective Well-Being* (Y). Sebaliknya, jika variabel *Social Comparison* (X) rendah, maka variabel *Subjective Well-Being* (Y) tinggi.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa psikologi pengguna instagram. Hasil analisis data menggunakan uji hipotesis *pearson product moment* dengan bantuan *Software SPSS 25.00 for Windows*, nilai signifikansi dibawah 0,05 yaitu  $p=0,00$  dan koefisien korelasi (r) sebesar -0,561 bertanda negatif. Hal ini menunjukkan bahwa, hipotesis yang diajukan peneliti diterima, yaitu  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dapat disimpulkan hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan

yang negatif dan signifikan antara *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswa psikologi unesa pengguna instagram. Dimana jika terjadi peningkatan pada variabel *Social Comparison* (X) maka akan diikuti dengan penurunan pada variabel *Subjective Well-Being* (Y). Sebaliknya, jika variabel *Social Comparison* (X) rendah, maka variabel *Subjective Well-Being* (Y) tinggi.

### **Saran**

Penelitian ini membahas mengenai hubungan yang terjadi antara *social comparison* dengan *subjective well-being* pada mahasiswi psikologi unesa pengguna instagram. Beberapa aspek yang belum dibahas dalam penelitian ini adalah dalam mengungkap variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi kondisi *subjective well-being* individu. Kemudian, aspek lain yang dapat dipengaruhi oleh *social comparison*. Selain itu, para peneliti selanjutnya dapat mengkaji topik yang serupa dalam populasi yang lebih luas dan tidak terbatas hanya pada rentang usia dewasa awal melainkan pada usia remaja, dewasa madya, dewasa akhir atau manula. Disamping itu, peneliti selanjutnya dapat meneliti tidak terbatas pada aplikasi Instagram, melainkan aplikasi sosial media lain sehingga dapat memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai topik serupa pada berbagai macam aplikasi sosial media.

Saran dari peneliti yang dapat dijadikan bahan pertimbangan kepada mahasiswi yaitu untuk dapat menggunakan aplikasi Instagram dengan bijak seperti membatasi penggunaan waktu bermain Instagram, aktivitas yang dilakukan di Instagram, dan selektif dalam memilih konten untuk di nikmati di Instagram. Dengan begitu, mahasiswi diharapkan mampu menyikapi konten di Instagram secara lebih positif terhadap stimulus yang ada baik secara kognitif maupun afektif, dan dapat mengalihkan fokus untuk melakukan aktivitas yang berguna untuk pengembangan diri (*self-development*). Dengan begitu, mahasiswi akan mampu berfikir dan merasakan emosi secara lebih positif dan tentu akan berdampak positif terhadap *subjective well-being*nya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Amelia, G. A. (2019). *Pengaruh Social Comparison terhadap Life Satisfaction pada Remaja Akhir yang menggunakan Instagram*. Universitas Negeri Jakarta.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Barnes, S. J., Pressey, A. D., & Scornavacca, E. (2019). Mobile ubiquity: Understanding the relationship between cognitive absorption, smartphone addiction and social network services. In *Computers in Human Behavior* (Vol. 90). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.013>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2005). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. *Social Comparison and Social Psychology: Understanding Cognition, Intergroup Relations, and Culture*, 15–32. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511584329.003>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3–21. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.09.007>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Compton, W. C., & Hoffman, E. (2013). *Positive Psychology: The Science of Happiness and Flourishing* (p. 59). Wadsworth Cengage Learning.
- 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. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1267647>
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., & Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? *Computers in Human Behavior*, 63, 549–555. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.053>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34–43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Diener, E. (2009). Subjective Well-Being. *The Science of Well-Being*, 11–58.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
- Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, Culture, and Subjective Well-being: Emotional and Cognitive Evaluations of Life. *Annual Review of Psychology*, 54, 403–425. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145056>
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D. won, Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97(2), 143–156. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9493-y>
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161–170. <https://doi.org/10.1037/a0033111>
- Festinger, L. (1954). Festinger1954.pdf. In *Human Relations* (Vol. 7, Issue 2, pp. 117–140).
- Fioravanti, G., Probst, A., & Casale, S. (2020). Taking a Short Break from Instagram: The Effects on Subjective Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(2), 107–112. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0400>
- Gibbons, F. X., & 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), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Ho, S. S., Lee, E. W. J., & Liao, Y. (2016). Social Network Sites, Friends, and Celebrities: The Roles of Social Comparison and Celebrity Involvement in Adolescents' Body Image Dissatisfaction. *Social Media and Society*, 2(3). <https://doi.org/10.1177/2056305116664216>

- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014*, 595–598.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (p. 249). Penerbit Erlangga.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446–458. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- Meier, A., & Schäfer, S. (2018). Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 411–417. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0708>
- Mussweiler, T., & Rüter, K. (2003). What Friends Are for! The Use of Routine Standards in Social Comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(3), 467–481. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.3.467>
- 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. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.028>
- Prabowo, R. B., & Laksmiwati, H. (2020). Hubungan antara rasa syukur dengan kebahagiaan mahasiswa jurusan psikologi universitas negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(1), 1–7.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Rangkuti, A. (2017). *Statistika Inferensial untuk Psikologi dan Pendidikan*. Kencana.
- Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika Inferensial untuk Psikologi Pendidikan*. In *Hakikat Statistika Inferensial* (pp. 4–5).
- Santrock, J. W. (2013). *Life-Span Development* (Fourteenth, p. 422).
- Schmuck, D., Karsay, K., Matthes, J., & Stevic, A. (2019). “Looking Up and Feeling Down”. The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users. *Telematics and Informatics*, 42(June), 101240. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101240>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Smith, R., & Kim, S. (2007). Comprehending Envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46–64.
- 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. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0444>
- Sugiyono. (2019a). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Perspektif metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (pp. 16–17). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Populasi dan Sampel* (p. 137). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019c). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Analisis data* (p. 248). Alfabeta.
- Suls, J., Collins, R. L., & Wheeler, L. (2020). *Social Comparison, Judgment, and Behavior*. Oxford University Press.
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2000). Three kinds of opinion comparison: The triadic model. *Personality and Social Psychology Review*, 4(3), 219–237. [https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0403\\_2](https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0403_2)
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>
- Tyas, W. C., & Savira, S. I. (2017). Hubungan antara coping stress dengan subjective well-being pada mahasiswa luar Jawa. *Jurusan Psikologi Pendidikan*, 4(2), 1–6. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/character/article/viewFile/19940/18188>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>

- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). *Social comparison, social media, and self-esteem.* *DISCOVER*, 3(4), 206–222.  
<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=4237ac28-97d8-412c-bbdc-2b79d6ed7523@sessionmgr4002&hid=4211>
- We Are Social & Hootsuite. (2021a). *Digital 2021: Indonesia*. Dateportal.
- We Are Social & Hootsuite. (2021b). *Digital 2021: Indonesia*. Dateportal.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Wu, J. H., Wang, S. C., & Tsai, H. H. (2010). Falling in love with online games: The uses and gratifications perspective. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1862–1871.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.033>
- Yang, C. chen, & Bradford Brown, B. (2016). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(2), 402–416.  
<https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>
- Yang, C. chen, Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (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.  
<https://doi.org/10.1007/s10964-017-0801-6>