

Hubungan antara Perbandingan Sosial dan Harga Diri Pengguna Instagram Dewasa Awal di Kota Makassar

Muhammad Ma'shum Sam*, Muhammad Nur Hidayat Nurdin, Muh Rajan Piara

Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Jl. A.P. Pettarani,
Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: muhammadmashumsam@gmail.com

Paper received: 25-01-2024; revised: 15-02-2024; accepted: 16-03-2024

Abstract

Social media is a need for information and entertainment facilities, especially the Instagram application. Instagram is currently the most popular social media platform. Instagram has many interesting features, such as photo and video sharing, that allow users to present themselves on social media to increase self-esteem. The purpose of this research is to determine the difference in self-esteem of Instagram users who make upward and downward social comparisons. This study used quantitative methods, and there were 334 subjects with 87 people (26%) men and 247 people (74%) women, most individuals who were part of the survey sample were within the age range of 18 to 34 years. This research found that early adult Instagram users in Makassar had differences in self-esteem regarding upward and downward, with a significance of 0.00 with women having higher self-esteem than men. In addition, the results of this study found that men and women have differences in self-esteem, with women having higher self-esteem compared to men. This research also found that women more often compare themselves based on both aspects, namely opinions, and abilities, compared to men.

Keywords: self-esteem; downward social comparison; upward social comparison

Abstrak

Media sosial merupakan kebutuhan akan informasi dan sarana hiburan. Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan. Instagram memungkinkan penggunanya dapat menampilkan diri mereka di media sosial untuk meningkatkan harga diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan harga diri pengguna Instagram yang melakukan perbandingan sosial ke atas dan ke bawah. Studi ini menggunakan metode kuantitatif, dan subjek berjumlah 334 dengan 87 orang (26%) laki-laki dan 247 orang (74%) perempuan, yang berada dalam rentang usia 18 hingga 34 tahun. Penelitian ini menemukan bahwa pengguna Instagram dewasa awal di Kota Makassar memiliki perbedaan harga diri terhadap perbandingan sosial ke atas dan ke bawah, dengan signifikansi 0,00 dengan perempuan memiliki harga diri yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Selain itu, hasil penelitian ini menemukan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan dalam harga diri, dengan perempuan memiliki harga diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Penelitian ini juga menemukan bahwa perempuan lebih sering membandingkan diri mereka berdasarkan kedua aspek, yaitu pendapat dan kemampuan, dibandingkan dengan laki-laki.

Kata kunci: harga diri; perbandingan sosial ke atas; perbandingan sosial ke bawah

1. Pendahuluan

Media sosial dikatakan telah menjadi kebutuhan utama penggunanya karena kebutuhan akan informasi dan hiburan. Media sosial juga berfungsi sebagai alat yang memungkinkan individu untuk memperkenalkan diri dan berkomunikasi dengan pengguna lain di berbagai belahan dunia dan *platform* populer yang banyak digunakan adalah aplikasi Instagram. Data yang diberikan Goodstats (2022) menunjukkan bahwa Instagram memegang posisi terkemuka di Indonesia. Pengguna instagram di Indonesia sebagian besar berusia 18 – 24 tahun (37,3%), disusul pengguna instagram berusia 23-34 tahun (32,2%) (Databoks, 2021). Instagram

memiliki beberapa fitur menarik yang bisa digunakan penggunanya, seperti berbagi foto dan video. Instagram juga dapat memberikan *like*, mengomentari unggahan pengguna lain, membuat *instagram stories* dan menandai pengguna lain. Hal ini memungkinkan pengguna untuk bereksplorasi dengan menampilkan diri mereka di dunia virtual.

Alasan pengguna Instagram diantaranya sebagaimana penelitian Valkenburg, Peter dan Schouten (2006) menyatakan bahwa alasan pengguna menampilkan diri di media sosial adalah untuk menerima *like* dan mendapatkan komentar yang positif. Penelitian Syamsu, Lukman dan Nurdin (2019) melaporkan bahwa kedua hal tersebut dapat meningkatkan harga diri pengguna. Selain dampak positif, Instagram juga bisa memberikan dampak negatif.

Dampak negatif Instagram bagi penggunanya antara lain dapat mengalami depresi dan mengalami tingkat kecemasan yang tinggi (Septiana, 2021). Individu dapat melakukan perilaku hedonistik setelah terpengaruh oleh konten yang dilihatnya, mengikuti gaya hidup pengguna lain atau melanggar etika media sosial seperti komentar negatif, plagiarisme dan menyebarkan informasi palsu (Agianto, Setiawati & Firmansyah, 2020).

Syamsu, Lukman dan Nurdin (2019) menemukan bahwa jumlah *like* yang diterima dari postingan instagram berpengaruh dan dapat meningkatkan harga diri. Harga diri pengguna menjadi lebih buruk ketika mereka menerima komentar negatif dibandingkan ketika mereka tidak pernah menerima komentar negatif. Penelitian Dalila, Putri dan Harkina (2021) menemukan bahwa pengguna yang melihat dan menerima *feedback* negatif, seperti kurangnya *like* atau komentar negatif pada gambar atau video yang diunggah akan menurunkan harga diri pengguna. Menurut penelitian tersebut, harga diri biasanya dipengaruhi oleh reaksi pengguna lain terhadap kemampuan akademis, keterampilan sosial, penampilan fisik, dan nilai-nilai kelompok.

Penelitian sebelumnya seperti Wahyuni, Widyastuti dan Nurdin (2022) menunjukkan bahwa pengguna *instagram* di Kota Makassar memiliki harga diri rendah (29%), harga diri tinggi (36%) dan harga diri sedang (35%). Penelitian Hidayah, Razak dan Hamid (2022) menunjukkan data yang hampir serupa dimana penelitian tersebut menemukan bahwa pengguna *instagram* dewasa awal di Kota Makassar memiliki harga diri tinggi (15%), rendah (11%) dan sedang (74%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengguna *instagram* dewasa awal di Kota Makassar memiliki tingkat harga diri yang sedang.

Harga diri merupakan hasil evaluasi positif atau negatif, dimana hasil penilaian positif menunjukkan bahwa mereka adalah orang yang mampu, penting, sukses dan berharga (Prawesti & Dewi, 2016). Harga diri berkembang sejak lahir dalam interaksi dengan lingkungan sosial. Konsekuensi interaksi antara individu dan lingkungan memungkinkan individu mengevaluasi dirinya dan menerima keadaannya sedemikian rupa sehingga individu mengembangkan harga dirinya. Refnadi (2018) menyatakan bahwa ketika hubungan tidak menyenangkan maka harga diri individu tersebut negatif, dan bila hasil interaksinya menyenangkan maka harga diri individu tersebut positif.

Individu dengan harga diri yang tinggi akan memanasifasikan sentimen optimis terhadap keadaan pribadi mereka, sehingga menumbuhkan disposisi yang baik. Individu dengan harga diri yang tinggi akan mempertahankan harga dirinya tetap tinggi yang disebut dengan *self-esteem maintenance* (Srisayekti & Setiady, 2015). *Self-esteem maintenance* adalah suatu keadaan dimana harga diri dipertahankan dengan membandingkan diri sendiri dengan

orang lain dengan cara merendahkan orang lain dan membesar-besarkan superioritas mereka. Harga diri yang tinggi bisa menjadi rendah, hal ini disebut dengan harga diri yang terancam. Individu yang mengalami rasa terancam akan mengganggu pencapaian orang lain berpotensi merusak kepercayaan diri mereka, sehingga mengurangi harga diri mereka.

Salah satu faktor penentu yang mempengaruhi harga diri individu adalah tindakan menilai diri sendiri dalam kaitannya dengan orang lain. Menurut Festinger (1954), individu cenderung membandingkan pendapat dan kemampuannya dengan orang lain. Perbandingan sosial terjadi akibat adanya motivasi dalam diri individu sebagai hasil evaluasi diri yang dilakukan terhadap orang lain. Hasil evaluasi yang diperoleh dari hasil perbandingan dapat berupa materi evaluasi diri yang positif maupun negatif. Herachwati, Sulistiawan dan Nguru (2015) mengungkapkan bahwa individu sering mengalami rasa tidak puas dengan diri sendiri ketika ada perbedaan antara keinginan mereka dan hasil yang sebenarnya, sementara ketidakpuasan muncul ketika orang lain melampaui mereka.

Eddleston (2009) mengungkapkan ada dua metode untuk mengevaluasi diri, yaitu perbandingan sosial ke atas dimana seseorang membandingkan diri mereka dengan orang yang melampaui mereka dan perbandingan sosial ke bawah yang melibatkan individu yang mengevaluasi diri mereka dengan orang yang tidak lebih unggul dari mereka. Selain itu, Eddleston (2009) menemukan bahwa individu yang terlibat dalam perbandingan sosial ke atas cenderung memiliki motivasi yang kuat untuk meningkatkan diri mereka sendiri, sedangkan individu yang terlibat dalam perbandingan sosial ke bawah cenderung mengekspresikan rasa puas dengan keberadaan mereka sendiri.

Perbandingan sosial ke atas belum tentu berdampak negatif dan perbandingan sosial ke bawah belum tentu berdampak positif pada individu. Sebuah studi terhadap wanita di masa dewasa awal yang dilakukan oleh Rancourt, Leahey, Larosee, dan Crowther (2014) menemukan bahwa mereka yang melakukan perbandingan sosial ke atas tampaknya memiliki keinginan yang lebih kuat untuk berolahraga dan menurunkan berat badan dibandingkan wanita dewasa awal yang melakukan perbandingan sosial ke bawah. Wanita yang menilai orang lain lebih baik dari dirinya lebih termotivasi untuk memperbaiki diri dibandingkan model yang memiliki bentuk tubuh lebih buruk darinya.

Gibbons dan Buunk (1990) mengemukakan bahwa arah perbandingan ke atas dan ke bawah tidak bergantung pada hubungan afektif karena kedua arah tersebut dapat menghasilkan reaksi positif dan negatif. Kedua arah perbandingan mempunyai pengaruh penting terhadap harga diri dan respon emosional, namun pengaruh perbandingan sosial lebih kuat dibandingkan dengan perbandingan dimensional, yang terjadi ketika individu membandingkan satu aspek dengan aspek lainnya. Maharani (2018) menunjukkan bahwa individu yang melakukan perbandingan sosial ke atas seringkali memberikan dampak negatif, seperti perasaan terancam, sedangkan perbandingan sosial ke bawah mengarah pada perasaan akan kemampuan dan peluang seseorang untuk berkembang sebagai respons terhadap situasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, perbandingan sosial memengaruhi pembentukan harga diri. Ketika individu membuat perbandingan sosial ke atas, harga dirinya meningkat, namun sebaliknya, ketika mereka membuat perbandingan sosial ke bawah, harga diri menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan perbedaan dalam harga diri di antara pengguna instagram yang terlibat dalam perbandingan sosial ke atas dan mereka yang

terlibat dalam perbandingan sosial ke bawah, seperti yang dinyatakan dalam penjelasan ini. Hipotesis yang dikemukakan oleh penelitian ini berpedapat bahwa ada kecenderungan bagi pengguna instagram di awal masa dewasa awal di Kota Makassar untuk mengambil bagian dalam perbandingan sosial ke atas dan ke bawah, dimana mereka yang terlibat dalam perbandingan sosial ke atas menunjukkan penurunan harga diri. Sebaliknya, mereka yang terlibat dalam perbandingan sosial ke bawah lebih cenderung memiliki harga diri yang tinggi.

2. Metode

Penelitian ini adalah eksplorasi kuantitatif komparatif yang bertujuan untuk membedakan perbedaan dalam tingkat harga diri ketika menilai perbandingan sosial. Fokus penelitian ini adalah seorang individu di awal masa dewasa yang aktif memanfaatkan Instagram yang tinggal di Kota Makassar. Pemilihan peserta penelitian ini dilakukan melalui metode *accidental sampling*. Jumlah total individu yang termasuk dalam sampel untuk penelitian ini terdiri dari 334 pengguna instagram dewasa awal yang tinggal di Kota Makassar. Pengumpulan data penelitian menggunakan skala harga diri dan skala perbandingan sosial. Skala harga diri menggunakan skala adaptasi dari Wahyuni, Widyastuti dan Nurdin (2022) dimana aspek harga diri berdasarkan prinsip yang dikemukakan Coopersmith (1967). Skala tersebut merupakan skala tipe Likert dengan 5 alternatif jawaban dan terdiri dari 11 butir aitem. Skala harga diri memiliki reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,805.

Perbandingan sosial menggunakan skala Maharani (2018) yang telah dimodifikasi. Skala ini telah dimodifikasi menjadi skala diferensial semantik dengan 7 kategori respon dan terdiri dari 7 pernyataan. Penggunaan skala semantik diferensial memungkinkan pengukuran perbandingan sosial menangkap sejauh mana individu mendukung setiap pernyataan dibandingkan hanya mengkategorikannya sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman lebih mendalam tentang sifat kompleks dari perbandingan sosial. Skala perbandingan sosial memiliki nilai reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,794. Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk menggali karakteristik data sampel, sehingga memberikan pemahaman komprehensif tentang populasi yang diteliti. Hipotesis tersebut kemudian diuji dengan menggunakan uji *Mann-Whitney U*, suatu metode statistik non-parametrik yang cocok untuk membandingkan kedua perbandingan serta untuk mengidentifikasi perbedaan harga diri berdasarkan gender. Hal ini dicapai dengan memeriksa rata-rata skor harga diri untuk pria dan wanita.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Subjek penelitian merupakan dewasa awal yang menggunakan Instagram dengan jumlah sebanyak 334 responden dengan rentang usia 18-34 tahun di Kota Makassar.

Tabel 1. Deskriptif data

No	Jenis kelamin	<i>n</i>	(%)
1	Laki-laki	87	26
2	Perempuan	247	74
	Jumlah	334	100

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa sampel penelitian ini terdapat 87 responden berjenis kelamin laki-laki (26%) dan 247 responden perempuan (74%) sehingga disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Kategorisasi harga diri

No	Kategorisasi	n	(%)
1	Tinggi	96	29
2	Sedang	159	48
3	Rendah	79	23
	Jumlah	334	100

Data pada tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat 96 responden memiliki harga diri tinggi (29%), 159 responden memiliki harga diri sedang (48%), dan 79 responden memiliki harga diri rendah (23%) sehingga disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki harga diri yang tergolong sedang dengan presentase sebesar 48%.

Tabel 3. Kategorisasi perbandingan sosial

No	Kategorisasi	n	(%)
1	Perbandingan sosial ke atas	266	80
2	Perbandingan sosial ke bawah	68	20
	Jumlah	334	100

Data pada tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat 266 responden melakukan perbandingan sosial ke atas (80%) dan 68 responden melakukan perbandingan sosial ke bawah (20%) sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas melakukan perbandingan sosial ke atas dengan presentase sebesar 80%.

Tabel 4. Uji hipotesis Mann-Whitney U

	Arah perbandingan	Mean Rank	Sum of Rank	P
Harga diri	Ke atas	179.89	47851.50	.000
	Ke bawah	119.02	8093.50	

Berdasarkan data tabel 4 menunjukkan nilai ($p=0.00$) < 0.05, maka terdapat perbedaan harga diri terhadap perbandingan sosial ke atas dan perbandingan sosial ke bawah. Tabel 4 juga menunjukkan bahwa *mean rank* perbandingan sosial ke atas adalah ($mean=179.89$) dan nilai *mean rank* perbandingan sosial ke bawah adalah ($mean=119.02$) yang berarti perbandingan sosial ke atas memiliki nilai *mean* lebih besar daripada perbandingan sosial ke bawah sehingga harga diri individu yang melakukan perbandingan sosial ke atas lebih tinggi dibandingkan dengan individu yang melakukan perbandingan sosial ke bawah. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini ditolak.

Tabel 5. Perbedaan harga diri

	Jenis kelamin	Mean Rank	Sum of Rank	P
Harga diri	Laki-laki	141.80	12337.00	.004
	Perempuan	176.55	43608.00	

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan perbedaan harga diri berdasarkan jenis kelamin menggunakan uji *mann whitney* memiliki ($p=0.04$) < 0.05, sehingga harga diri berdasarkan jenis kelamin memiliki perbedaan signifikan. Tabel 5 juga menunjukkan perbedaan nilai *mean* dari kedua kelompok dimana nilai *mean* perempuan lebih tinggi ($mean=176.55$) dibandingkan dengan laki-laki ($mean=141.80$).

Tabel 6. Perbedaan aspek perbandingan sosial

	Jenis kelamin	Mean Rank	Sum of Rank	P
Kemampuan	Laki-laki	102.67	8932.00	.000
	Perempuan	190.34	47013.00	
Pendapat	Laki-laki	136.39	11866.00	
	Perempuan	178.46	44079.00	

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan perbedaan aspek perbandingan sosial berdasarkan jenis kelamin menunjukkan nilai ($p=0.00$) < 0.05, sehingga terdapat perbedaan pada aspek kemampuan dan pendapat berdasarkan jenis kelamin. Pada aspek kemampuan, perempuan memiliki nilai *mean* lebih besar ($mean=190.34$) dibandingkan dengan laki-laki ($mean=102.67$). Pada aspek pendapat, perempuan juga memiliki nilai *mean* lebih besar ($mean=178.46$) dibandingkan dengan laki-laki ($mean=136.39$).

3.2. Pembahasan

Sebuah penelitian dilakukan untuk melihat perbedaan harga diri antara individu dengan perbandingan sosial ke atas dan ke bawah. Temuan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan harga diri yang signifikan antara kedua kelompok, dengan nilai *mean* harga diri kelompok perbandingan sosial ke atas lebih tinggi dibandingkan kelompok perbandingan sosial ke bawah. Temuan ini bertentangan dengan anggapan bahwa individu dengan orientasi perbandingan sosial ke atas memiliki harga diri yang lebih rendah, serta gagasan bahwa individu dengan orientasi perbandingan sosial ke bawah memiliki harga diri yang lebih tinggi.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vogel, Rose, Roberts, dan Eckles (2014) yang menemukan bahwa terdapat perbedaan harga diri antara individu yang melakukan perbandingan sosial ke atas dengan individu yang melakukan perbandingan sosial ke bawah. Individu yang terlibat dalam perbandingan sosial ke atas menganggap orang lain sebagai standar kesuksesan, sehingga menciptakan insentif untuk menjadi serupa. Fakhri (2017) menemukan bahwa individu dengan harga diri tinggi sering kali melakukan perbandingan sosial sebagai sarana pengembangan pribadi. Ranchourt, Leahey, Larose, dan Crowther (2014) menyelidiki lebih lanjut fenomena ini dan menemukan bahwa individu yang membandingkan diri mereka dengan orang lain yang dianggap lebih unggul cenderung memiliki motivasi untuk berolahraga dan kebiasaan makan yang sehat.

Dibandingkan dengan mereka yang membandingkan diri mereka dengan orang lain yang dianggap lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial ke atas dapat berfungsi sebagai motivator untuk pertumbuhan dan perkembangan pribadi.

Berdasarkan analisis tambahan yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa perempuan lebih sering membandingkan kemampuan dan pendapat. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Bergagna dan Tartaglia (2018) yang menemukan bahwa perempuan lebih sering membandingkan diri daripada laki-laki diberbagai aspek. Perbandingan tersebut dilakukan agar memberikan dorongan sehingga dapat meningkatkan harga diri dengan cara aktif melakukan perbandingan yang lebih tinggi sedangkan laki-laki tidak merasakan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan perbandingan.

Selain itu, analisis tambahan mengungkapkan bahwa harga diri yang lebih tinggi dimiliki oleh perempuan. Hasil tersebut sejalan dengan temuan Evelin dan Asihesa (2020) menyatakan terdapat perbedaan harga diri yang dimiliki antara laki-laki dan perempuan disebabkan oleh kecenderungan perempuan mengalami emosi yang lebih menyenangkan dibandingkan laki-laki ketika menggunakan Instagram. Perempuan lebih cenderung mementingkan penilaian yang direfleksikan karena perempuan belajar untuk lebih menghargai kemampuan bersosialisasi. Instagram diharapkan dapat meningkatkan harga diri menjadi lebih tinggi dengan cara menampilkan diri pribadi ke media sosial. Individu melakukan hal tersebut bertujuan untuk diakui dengan menunjukkan citra positif sehingga mendapatkan umpan balik yang dapat menciptakan harga diri (Nastiti & Purworini, 2018). Dengan demikian individu akan menumbuhkan rasa percaya diri untuk mempengaruhi dan mengupayakan agar selalu dalam kondisi diterima dan mendapatkan pengakuan dari lingkungannya.

4. Simpulan

Penelitian ini menguji hubungan antara perbandingan sosial dan harga diri. Hasil penelitian menyatakan terdapat perbedaan harga diri yang signifikan antara kedua jenis perbandingan, dimana individu pada kelompok perbandingan sosial ke atas menunjukkan harga diri yang lebih besar, sehingga menolak hipotesis penelitian ini. Penelitian ini menemukan bahwa perempuan lebih cenderung terlibat dalam perbandingan sosial berdasarkan kemampuan dan opini. Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan perbedaan harga diri dimana perempuan memiliki harga diri yang lebih tinggi.

Saran penelitian bagi masyarakat dan peneliti selanjutnya adalah bagi perempuan dapat meminimalisir perilaku membandingkan diri yang dapat menurunkan harga diri dan bagi laki-laki dapat membuat kegiatan yang dapat meningkatkan harga diri dengan melihat konten-konten positif dan membangun. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini memberikan peluang untuk memperluas penelitian yang ada dengan mengeksplorasi faktor-faktor tambahan, seperti variabel sosial, budaya, dan ekonomi. Selain itu, metode desain eksperimental dapat digunakan untuk menyelidiki hubungan sebab akibat antara harga diri dan perbandingan sosial. Dengan melakukan hal ini, para peneliti di masa depan dapat menggali lebih dalam keterkaitan yang kompleks antara variabel-variabel ini dan mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Daftar Rujukan

Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja. *Tematik-Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 7(2), 130-139.

- Bergagna, E & Tartaglia, S. (2018). *Self-esteem, social comparison, and facebook use*. *Europe's Journal of Psychology*, 14(4), 831-845.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. USA : W.H. Freeman and Company.
- Dalila, F. Putri, A. M., & Harkina, P. (2021). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri. *Jurnal Psikologi Malahayati*. 3(1), 47-55.
- Databoks. (2021, 15 November). Ada 91 juta pengguna Instagram di Indonesia, mayoritas usia berapa. (Online), (<https://databoks.katadata.co.id>, Diakses 22 Desember 2022)
- Eddleston, K.A. (2009). The effect of social comparison on managerial career satisfaction and turnover intentions. *Career Development International*, 14(1), 87-110.
- Evelin. & Adishesa, M. S. (2020). Hubungan intensitas pengguna Instagram dan self esteem pada remaja (Instagram use and self esteem among adolescents). *Jurnal Universitas Pancasila Mind Set*, 11(1), 26-36.
- Fakhri. N. (2017). Konsep dasar dan implikasi teori perbandingan sosial. *Jurnal Psikologi Talenta*, 3(1), 1-10.
- Festinger, L. (1954). A theory of social somparison processes. *Sage Journals*, 7(2), 1-16.
- 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.
- GoodStats. (2022, 21 Juni). Daftar media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia 2022. (Online), (<https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-jpfd1>, Diakses 22 Desember 2022).
- Herachwati, N. Sulistiawan, J. & Nguru, M. G. B. (2015). Pengaruh social comparison pada work attitude peran pemoderasian competitve work group. *Jurnal Siasat Bisnis*. 19(2).
- Hidayah, N., Razak, A. & Hamid, H. (2022). Hubungan harga diri dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa pengguna *instagram* di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(3), 150-166.
- Maharani, M. A. (2018). Hubungan perbandingan sosial dan intensi turnover pada karyawan berusia 20-30 tahun (Skripsi). Di akses dari. <http://repository.usd.ac.id/id/id/eprint/31460>.
- Nastiti, A, D, S., & Purworini, D. (2018). Pembentukan harga diri: analisis presentasi diri pelajar SMA di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33-47.
- Prawesti, F, S & Dewi, D, K. (2016). Self Esteem dan Self Disclosure pada mahasiswa psikologi pengguna blackberry messenger. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 7(1), 1-8.
- Rancourt, D., Leahey, T. M., Larose, J. G., & Crowrther, J. H. (2014). Effect of weight-focused social comparison on diet and activity outcomes in overweight and obese young women. *Obesity*, 23(1), 85-89.
- Refnadi. (2018). Konsep self esteem serta implikasi pada siswa. *Jurnal Educatio*, 4(1), 16-22.
- Septiana, N. Z. (2021). Dampak penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan sosial remaja dimasa pandemic COVID-19. *Jurnal Nusantara of Research*, 8(1), 1-13.
- Srisayekti, W. & Setiadi, D, A. (2015). Harga diri (self-esteem) terancam dan perilaku menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2), 141-156.
- Syamsu, H. I. A., Lukman., & Nurdin, M. N. H. (2019). Pengaruh umpan balik positif media sosial terhadap self esteem pada mahasiswa pengguna instagram di Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Psikologi Talenta*, 5(1), 1-9.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescent well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior: The Impact of The Internet. Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society*, 9(5), 584-590.
- Vogel, E, A., Rose, J, P., Roberts, L, R., & Eckles, K. (2014). *Social comparison, social media, and self-esteem*. *American Psychological Association*, 3(3), 206-222.
- Wahyuni, F. R., Widyastuti., & Nurdin, M. N. H. (2022). Hubungan antara harga diri dan kecenderungan perilaku narsistik pengguna instagram pada dewasa awal. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(6), 639-653.