

HUBUNGAN **SOCIAL COMPARISON** DENGAN KEBAHAGIAAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

Mauliana¹, Ratna Yunita Setiyani Subardjo²

Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta^{1,2}

e-mail: lianauamar917@gmail.com

Diterima: 2/12/2025; Direvisi: 6/1/2026; Diterbitkan: 20/1/2026

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan penggunaan media sosial di kalangan remaja yang memicu kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain (*social comparison*) dan berpotensi berdampak pada kesehatan mental mereka. Penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana intensitas *social comparison* memengaruhi derajat kebahagiaan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara *social comparison* dan tingkat kebahagiaan pada remaja yang aktif menggunakan media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, melibatkan 231 partisipan berusia 12–22 tahun yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan dua instrumen, yakni Skala *Social Comparison* dan Skala Kebahagiaan, yang kemudian dianalisis melalui uji asumsi (normalitas dan linearitas) serta uji korelasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara *social comparison* dan kebahagiaan ($r = -0,542$; $p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *social comparison*, semakin rendah tingkat kebahagiaan remaja. Secara keseluruhan, *social comparison* berkontribusi negatif terhadap kebahagiaan remaja pengguna media sosial, sehingga diperlukan langkah preventif seperti pendidikan literasi digital dan pengembangan strategi coping (*coping strategy*) untuk meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka.

Kata Kunci: *Perbandingan Sosial, Kebahagiaan, Remaja*

ABSTRACT

This research is motivated by the increasing use of social media among adolescents, which triggers a tendency to compare themselves with others (*social comparison*) and potentially impacts their mental health. This study focuses on analyzing how the intensity of social comparison affects adolescents' levels of happiness. This study aims to investigate the relationship between social comparison and levels of happiness among adolescents who actively use social media in the Special Region of Yogyakarta. This study used a quantitative approach with a correlational design, involving 231 participants aged 12–22 years selected through purposive sampling. Data were collected using two instruments: the Social Comparison Scale and the Happiness Scale, which were then analyzed through assumption tests (normality and linearity) and correlation tests. The results showed a significant negative correlation between social comparison and happiness ($r = -0.542$; $p < 0.05$). This indicates that the higher the level of social comparison, the lower the level of happiness among adolescents. Overall, social comparison negatively contributes to the happiness of adolescent social media users, so preventive measures such as digital literacy education and the development of coping strategies are needed to improve their psychological well-being.

Keywords: *Social Comparison, Happiness, Adolescents*

PENDAHULUAN

Menurut pandangan psikologis yang dikemukakan oleh Santrock (dalam Rais, 2022), remaja dikategorikan sebagai fase perkembangan manusia yang berlangsung secara dinamis mulai dari usia 12 tahun hingga 22 tahun. Pada rentang usia ini, Mekeama et al. (2022) menyatakan bahwa remaja secara intensif dihadapkan dengan berbagai dinamika perubahan yang kompleks, meliputi aspek fisik, psikologis, sosial, hingga kematangan emosional. Konsekuensi dari transisi ini menyebabkan banyak fenomena perilaku yang terjadi pada masa remaja, salah satunya adalah tingginya rasa penasaran dan keinginan kuat untuk mengeksplorasi berbagai pengalaman baru. Eksplorasi ini dapat bermuara pada perilaku dengan perangai positif atau bahkan negatif, yang sering kali didasari oleh motivasi untuk mencari jati diri agar mendapatkan pengakuan atau tenar di dalam kalangannya (Nafis & Kasturi, 2023). Lebih jauh lagi, karakteristik pencarian identitas ini sering dimanfaatkan oleh pasar, di mana remaja kerap dijadikan sasaran pemasaran utama bagi produk-produk industri. Hal ini dikarenakan karakter mereka yang impulsif dan cenderung mengeluarkan uang paling tinggi bukan untuk memenuhi kebutuhan dasar lagi, melainkan lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan gaya hidup. Fenomena ini terlihat dari perilaku menampilkan diri secara bebas dan *fashionable* melalui berbagai macam *outfit of the day* (OOTD), kecenderungan memakai barang-barang *branded*, serta perilaku memamerkan *life style* yang mewah agar terlihat sangat mampu dan tidak tersaingi oleh teman sebayanya (Vidi et al., 2021). Perilaku konsumtif dan narsistik ini tentu saja dipengaruhi oleh berbagai macam faktor eksternal, terutama karena adanya pola interaksi sosial antar remaja yang kini bergeser dengan penggunaan teknologi berbasis media sosial untuk berbagi informasi dan membentuk komunitas *online* yang eksklusif (Octiva et al., 2024).

Dalam lanskap digital saat ini, media sosial didefinisikan sebagai *platform* digital yang memungkinkan pengguna untuk lebih mudah berbagi dan memproduksi konten secara mandiri, seperti *blog* dan jejaring sosial. Transformasi teknologi ini membawa dampak signifikan di mana komunikasi antar individu kini tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka secara fisik, tetapi juga terfasilitasi secara luas melalui *platform* digital. Pergeseran ini secara langsung dapat memengaruhi kualitas dan frekuensi interaksi sosial yang terjadi di dunia nyata. Selain mengubah pola komunikasi, penggunaan media sosial juga memberikan kemudahan akses terhadap arus informasi yang tanpa batas (Rahim & Indah, 2024). Saat ini, tersedia berbagai variasi *platform* media sosial yang ditawarkan kepada publik, seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Tik Tok, Twitter, dan lain sebagainya, yang masing-masing menawarkan fitur interaksi yang unik (Kusumaisna & Satwika, 2023). Data global pada Oktober tahun 2024 dari We Are Social mengungkapkan fakta mencengangkan bahwa terdapat 5,22 miliar pengguna aktif media sosial di seluruh dunia, angka ini setara dengan 63,8% dari total populasi global. Di tingkat nasional, penggunaan internet yang paling dominan digunakan oleh warga Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) adalah untuk mengakses media sosial dengan penetrasi mencapai 78%. Akses ini dilakukan oleh penduduk berusia 5 tahun ke atas dalam kurun waktu 3 bulan terakhir berdasarkan survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) pada Maret 2024. Temuan ini didukung oleh survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 yang mencatat bahwa populasi penduduk yang paling banyak berkontribusi dalam lalu lintas media sosial adalah kelompok usia 12-27 tahun dengan persentase mencapai 34,40%. Tingginya angka pengguna ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi vital sebagai alat penghubung individu dengan individu lain, sehingga media sosial bermanfaat bagi individu dalam menjalin relasi atau memperluas jaringan interaksi sosial (Cendrawan & Ajisuksmo, 2020).

Namun, di balik beragam manfaat fungsional dalam menggunakan media sosial, terdapat sisi gelap berupa pengaruh negatif yang signifikan yang dapat membuat individu memiliki rasa gelisah yang mendalam terhadap kondisi dirinya sendiri (Kusumaisna & Satwika, 2023). Kerentanan psikologis ini khususnya terjadi pada kelompok remaja, yang secara aktif menjadikan media sosial sebagai panggung utama di mana mereka dapat melakukan eksplorasi identitas dan mengekspresikan diri sesering mungkin tanpa batasan ruang dan waktu (Meilana, 2021). Melalui interaksi digital inilah remaja mulai menggali informasi tentang perasaan diri atau konsep *sense of self* serta jati diri mereka demi tercapainya kepuasan batin serta kebahagiaan (Waney et al., 2020). Pada dasarnya, setiap remaja pasti menginginkan kondisi ideal yang membuat mereka merasa sejahtera dengan melakukan berbagai cara, di mana kesejahteraan psikologis tersebut dapat diperoleh melalui pencapaian kebahagiaan. Lopies et al. (2023) mengemukakan bahwa kebahagiaan merupakan keadaan emosional positif yang diimpikan setiap orang, dan untuk mencapainya mereka perlu melakukan segala upaya agar terciptanya hal-hal bahagia atau situasi yang menuntun individu tersebut pada kebahagiaan. Akan tetapi, realitas sering kali tidak sesuai harapan; ketika remaja menunjukkan rasa tidak bahagia akibat interaksi maya, maka mereka akan merasa kesepian, tidak puas dengan hidupnya, dan kehilangan minat bersosial secara nyata. Kondisi internal ini menjadi pengaruh dominan bagi remaja dalam cara mereka mengekspresikan diri di media sosial selanjutnya (Meilana, 2021). Fenomena ini menjadi krusial karena kebahagiaan sejatinya adalah cerminan langsung dari kualitas hidup individu yang telah mencapainya (Lopies et al., 2023).

Bukti empiris mengenai penurunan kualitas kebahagiaan ini tercatat dalam data global. Laporan terbaru World Happiness Report (2024) menunjukkan fakta bahwa negara maju seperti Amerika Serikat mengalami penurunan tingkat kebahagiaan yang signifikan pada generasi muda atau kelompok usia di bawah 30 tahun. Adanya penurunan kebahagiaan secara drastis di kalangan generasi muda ini mendorong Amerika Serikat harus keluar dari daftar 20 negara paling bahagia di dunia. The Guardian (2024) mengungkapkan analisis bahwa perubahan drastis tersebut terjadi beriringan dengan adanya kekhawatiran terkait meningkatnya intensitas penggunaan media sosial, ketimpangan pendapatan, krisis perumahan, ketakutan akan peperangan, serta isu perubahan iklim. Merespons situasi ini, seorang dokter bedah umum AS bernama Vivek Murthy menyerukan perlunya undang-undang saat ini untuk meminimalisir bahaya media sosial bagi kesehatan mental generasi muda, termasuk usulan radikal untuk memberikan batasan atau bahkan penghilangan fitur adiktif seperti tombol suka dan bagikan tak terbatas. Dalam konteks ini, Vivek Murthy menekankan secara tegas kepada pihak berwenang untuk melindungi remaja dari dampak negatif yang sering kali terkait erat dengan ekstremnya penggunaan media sosial. Sementara itu, dalam konteks lokal Indonesia, hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Fauzi dan Maryam (2024) di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo menyoroti bagaimana media sosial berpengaruh terhadap kebahagiaan mahasiswa. Hasilnya mengungkapkan bahwasanya 10,50% mahasiswa memiliki standar kebahagiaan sangat tinggi, 10,30% tinggi, 52,20% sedang, 21,80% rendah, dan 5,20% sangat rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun mayoritas berada pada level sedang, masih ada segmen signifikan yang mengalami standar kebahagiaan rendah, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut terkait efek media sosial pada kebahagiaan mahasiswa.

Membangun kebahagiaan yang autentik di era digital menjadi tantangan tersendiri. Menurut Meilana (2021), upaya membangun sebuah tempat untuk kebahagiaan demi diri sendiri di masa sekarang terbilang cukup sulit. Hal ini disebabkan karena adanya sebuah standar-standar sosial baru yang harus dipenuhi dalam bermedia sosial agar seseorang dianggap eksis. Situasi ini didukung dengan kondisi lingkungan di masa sekarang yang terintegrasi penuh

oleh kemajuan teknologi dan terus membawa banyak masalah baru dalam aspek kesejahteraan psikologis remaja (Waney et al., 2020). Dengan demikian, perasaan sedih, merasa tidak berharga, tidak bermanfaat, dan kurang percaya pada kemampuan diri akan timbul secara otomatis ketika remaja melihat postingan pencapaian orang lain di media sosial (Andryana, 2024). Mekanisme validasi eksternal juga memainkan peran besar. Berdasarkan hasil observasi dari penelitian Oktaviani (2019), ia menemukan pola perilaku bahwa ketika remaja mengunggah sesuatu tentang dirinya di media sosial, remaja cenderung kerap meminta pendapat atau validasi kepada orang lain untuk menumbuhkan citra dirinya. Selain itu, respons audiens menjadi penentu suasana hati; saat sesuatu yang diunggah remaja mendapat perhatian positif seperti *like* (tombol suka) dan *positive comment* (komentar positif), maka mereka merasa senang dan berharga. Namun sebaliknya, ketika hal tersebut diabaikan atau sepi respons, remaja akan merasa bahwa dirinya tidak sebaik orang lain dan situasi ini membuat mereka kehilangan kepercayaan diri secara signifikan.

Dinamika psikologis ini semakin diperparah oleh sifat media sosial itu sendiri. Hal tersebut didukung oleh pendapat Setiaman et al. (2024) yang mengemukakan bahwa media sosial memberikan kepuasan instan bagi penggunanya. Media sosial hadir dengan berbagai konten visualnya yang memikat dan membuat seseorang terus menerus mengikuti tren populer yang sering kali tidak realistik atau sulit diikuti oleh individu biasa. Tekanan ini membuat penggunanya ter dorong untuk mempromosikan diri melalui proyeksi diri yang sempurna hasil dari mengikuti tren tersebut. Alhasil, kepuasan instan yang diperoleh dari jumlah *likes* cenderung hanya akan menghasilkan kebahagiaan yang bersifat instan dan semu pula. Perilaku pamer seperti ini juga sering kali dipicu oleh dorongan kuat untuk menjaga status sosial yang tinggi di mata pengikutnya. Banyak individu tidak ingin kehilangan wibawa atau terlihat kurang bergaya dibandingkan sekelilingnya, sehingga mereka suka memamerkan diri secara berlebihan (Seftiana et al., 2023). Karena motivasi ini, tidak sedikit dari mereka yang secara selektif hanya menunjukkan prestasi serta keunggulannya saja. Bahkan, mereka tak jarang lebih menonjolkan bagian terbaik dan momen menarik dari kehidupan yang dimiliki, menyembunyikan realitas yang sebenarnya. Akibatnya, konsep kebahagiaan menjadi bias dan identik dengan kekayaan materi, jabatan tinggi, dan popularitas semu. Maka dari itu, remaja sering membandingkan kehidupan dan dirinya pada orang lain dengan pencapaian yang terlihat lebih unggul dari mereka. Tindakan ini dilakukan karena perbandingan tersebut menyajikan informasi yang memicu rasa kompetisi atau persaingan dalam diri, di mana pada gilirannya menciptakan tekanan psikologis bagi remaja dan mengurangi kepuasan dalam hidup mereka (Arifin & Firdaus, 2022).

Perbandingan sosial inilah yang menjadi fokus utama permasalahan. Berdasarkan wawancara pendahuluan yang telah dilakukan peneliti terhadap tujuh orang subjek remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Oktober dan November tahun 2024, ditemukan fenomena nyata di mana terdapat remaja yang sering membandingkan dirinya dengan orang lain serta membuat mereka merasa tidak bahagia. Adapun perasaan yang mereka rasakan terkait hal tersebut meliputi rasa bersedih, kecewa dengan diri sendiri, merasa rendah diri, dan terus bertanya-tanya kenapa mereka tidak bisa memiliki pencapaian seperti orang lain. Efek negatif dari perbandingan sosial atau *social comparison* ini sangat luas, meliputi rasa cemburu, iri hati, dan ketidakpuasan mendalam dengan kehidupan atau kondisi individu sendiri. Secara teoritis, menurut Yulianto dan Virlia (2023), perbandingan sosial atau *social comparison* adalah proses di mana individu membandingkan diri dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan fundamental manusia, yaitu kebutuhan untuk menilai diri sendiri secara akurat. Di sisi lain, dari sudut pandang spesifik media sosial, definisi *social comparison*

adalah kecenderungan seseorang untuk membandingkan aspek-aspek seperti kemampuan, keunggulan, sifat, dan penampilan diri mereka dengan orang lain, baik yang berada di posisi lebih tinggi maupun lebih rendah (Jiang & Ngien, 2020). Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, terlihat adanya keterkaitan hubungan yang kuat antara *social comparison* dengan kebahagiaan pada remaja pengguna media sosial. Oleh karena itu, berlandaskan pengamatan awal yang telah dilakukan, peneliti berminat untuk menyelidiki permasalahan ini lebih lanjut. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *social comparison* dengan kebahagiaan pada remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara *social comparison* dengan *happiness* pada remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta; artinya, semakin tinggi tingkat *social comparison*, maka semakin rendah tingkat kebahagiaan mereka, dan sebaliknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan untuk menguji kekuatan serta arah hubungan antara variabel *social comparison* dengan variabel kebahagiaan secara objektif. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh gambaran statistik mengenai dinamika antarvariabel tanpa melakukan intervensi atau manipulasi terhadap subjek penelitian. Populasi yang menjadi fokus studi adalah kalangan remaja pengguna media sosial yang berdomisili di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam menentukan subjek, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* untuk memastikan relevansi data dengan tujuan penelitian. Peneliti menetapkan kriteria inklusi yang spesifik, yaitu individu berusia remaja antara 12 hingga 22 tahun, menetap di Yogyakarta, serta aktif mengelola dan menggunakan akun media sosial. Berdasarkan kriteria seleksi tersebut, terkumpul total partisipan sebanyak 231 responden yang terdiri dari 156 remaja perempuan dan 75 remaja laki-laki, yang dianggap representatif untuk dianalisis lebih lanjut dalam kerangka pengujian hipotesis.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan menggunakan instrumen non-tes berupa dua jenis Skala Likert yang disusun secara sistematis memuat item pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Instrumen pertama adalah Skala *Social Comparison* yang terdiri dari 31 butir pernyataan, dikembangkan dengan mengacu pada aspek-aspek *social comparison* yang berlandaskan teori Festinger dan Jones. Instrumen kedua merupakan Skala Kebahagiaan yang berjumlah 42 item, diadaptasi berdasarkan dimensi kebahagiaan menurut referensi Lopies et al. (2023). Sebelum digunakan dalam pengambilan data lapangan yang sesungguhnya, kedua alat ukur ini telah melewati tahap uji coba atau *try out* yang melibatkan 54 responden untuk memastikan kelayakan psikometriknya. Hasil uji reliabilitas menunjukkan konsistensi internal yang sangat memuaskan, di mana nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0.905 untuk skala *Social Comparison* dan 0.953 untuk skala Kebahagiaan, sehingga kedua instrumen dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam pengukuran variabel penelitian.

Prosedur pelaksanaan pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang menggabungkan metode daring dan luring guna menjangkau responden secara luas namun tetap terarah sesuai kriteria. Secara teknis, kuesioner didistribusikan melalui *platform digital Google Forms* untuk kemudahan akses jarak jauh, serta menggunakan kuesioner cetak untuk responden yang ditemui secara langsung di lokasi penelitian. Data mentah yang telah terkumpul kemudian melalui proses verifikasi dan *coding* sebelum memasuki tahap pengolahan statistik. Teknik analisis data yang diterapkan untuk menjawab hipotesis penelitian adalah uji korelasi *Product*

Moment dari Pearson. Seluruh proses komputasi statistik dan pengujian asumsi dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 25 untuk *Windows*. Penggunaan perangkat lunak ini bertujuan untuk memastikan akurasi perhitungan koefisien korelasi serta signifikansi hubungan antara variabel *social comparison* dan kebahagiaan pada subjek remaja, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara presisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki tingkat hubungan atau keterkaitan antara *social comparison* dan kebahagiaan pada remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada penelitian ini responden digolongkan dalam tiga kategori yakni rendah, sedang, dan tinggi. Berikut adalah hasil pengelompokan kategori untuk variabel *Social comparison* dan Kebahagiaan:

Tabel 1. Hasil Kategorisasi *Social Comparison*

Variabel	Frekuensi	Presentase	Kategori
<i>Social Comparison</i>	48	20,8%	Rendah
<i>Social Comparison</i>	173	74,9%	Sedang
<i>Social Comparison</i>	10	4,3%	Tinggi

Mencermati tabel 1 di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini (74,9%) tergolong dalam kategori sedang untuk variabel *Social comparison*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Social comparison* yang dimiliki oleh remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta tergolong cukup.

Tabel 2. Hasil Kategorisasi Kebahagiaan

Variabel	Frekuensi	Presentase	Kategori
Kebahagiaan	03	1,3%	Rendah
Kebahagiaan	102	44,2%	Sedang
Kebahagiaan	126	54,5%	Tinggi

Mencermati tabel 2 di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini (54,5%) tergolong dalam kategori tinggi untuk variabel Kebahagiaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kebahagiaan yang dimiliki oleh remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta tergolong tinggi. Kemudian, sebelum melanjutkan ke analisis statistik utama, dua pengujian asumsi dilakukan, yaitu pengujian normalitas dan linearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Skor KS-Z	Sig (p)	Keterangan
<i>Social comparison</i> dan Kebahagiaan	0,043	0,769	Terdistribusi Normal

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah data penelitian memiliki distribusi normal atau tidak (Novitria & Khairunnisa, 2020). Pengujian normalitas dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test, di mana data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, data dianggap tidak normal (Indartini & Mutmainah, 2024). Mencermati tabel 3 di atas, hasil uji normalitas pada kedua variabel *Social Comparison* dan Kebahagiaan menunjukkan nilai signifikansi 0,769 ($>0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	Sig (p)	Keterangan
<i>Social comparison</i> dan Kebahagiaan	104,567	0,062	Linear

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat (Azwar, 2015). Penilaian linearitas didasarkan pada nilai signifikansi, di mana data dianggap linear apabila nilai Sig lebih dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai Sig kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan tidak linear (Nasar dkk., 2024). Mencermati tabel 4 di atas, hasil uji linearitas memperoleh nilai signifikansi $0,062 > 0,05$ dan F sebesar 104,567 maka dapat disimpulkan *Social comparison* dengan Kebahagiaan memiliki hubungan yang linear.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel Bebas	Variabel Tergantung	Pearson Correlation	Sig (p)	Keterangan
<i>Social comparison</i>	Kebahagiaan	-0,542	0,000	Signifikan

Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment sebagai alat analisis untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel. Ketentuan uji ini menyatakan bahwa jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdapat hubungan antara variabel X dan Y. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terdapat hubungan antara kedua variabel (Indartini & Mutmainah, 2024). Mencermati tabel 5 di atas, hasil uji korelasi menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian dinyatakan diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara *Social Comparison* dan Kebahagiaan. Kemudian, nilai korelasi Pearson sebesar -0,542 menunjukkan hubungan negatif dengan kekuatan sedang. Sehingga, semakin tinggi tingkat *social comparison* pada remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta, semakin rendah tingkat kebahagiaan mereka. Sebaliknya, semakin rendah kecenderungan *social comparison*, semakin tinggi tingkat kebahagiaan yang mereka rasakan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *social comparison* dan kebahagiaan pada remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data dari 231 responden, temuan menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *social comparison* yang sedang dan kebahagiaan yang tinggi, dengan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Dari frekuensi responden berdasarkan kategori *social comparison*, 74,9% tergolong sedang, 20,8% rendah, dan hanya 4,3% tinggi, yang mengindikasikan kecenderungan remaja untuk membandingkan diri secara moderat. Sementara itu, untuk kebahagiaan, 54,5% responden tergolong tinggi, 44,2% sedang, dan hanya 1,3% rendah, menunjukkan bahwa meskipun *social comparison* sedang, kebahagiaan tetap tinggi pada mayoritas, mungkin dipengaruhi faktor eksternal lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Sebelum analisis utama, uji asumsi dilakukan untuk memastikan validitas data. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit menunjukkan nilai signifikansi 0,769, yang berarti data berdistribusi normal dan memungkinkan penggunaan uji parametrik. Uji linearitas memperoleh nilai signifikansi 0,062 dan F sebesar 104,567, menunjukkan hubungan linear antara *social comparison* dan kebahagiaan, sehingga hasil analisis dapat diandalkan tanpa bias dari distribusi data yang tidak normal.

Uji hipotesis menggunakan korelasi Pearson Product Moment menghasilkan koefisien korelasi -0,542 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berarti hipotesis diterima dan terdapat hubungan negatif signifikan. Koefisien ini menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup kuat, di mana semakin tinggi *social comparison*, semakin rendah kebahagiaan remaja. Namun, mayoritas responden memiliki kebahagiaan tinggi, mungkin terdapat mekanisme coping seperti fokus positif atau batasan penggunaan media.

Interpretasi hasil ini dapat dikaitkan dengan konsep kebahagiaan sebagai kondisi subjektif yang melibatkan kebercukupan pengalaman, aktualisasi diri, dan usaha pribadi (Wijaya & Panjaitan, 2023). Lopies dkk., (2023) mengembangkan indeks kebahagiaan yang mencakup tiga dimensi saling terkait: kepuasan hidup (life satisfaction), perasaan (affect), dan makna hidup (eudaimonia). Kepuasan hidup melibatkan evaluasi subjektif terhadap aspek-aspek seperti pendidikan, kesehatan, dan hubungan sosial, sementara affect diukur melalui emosi positif dan negatif berdasarkan hedonisme. Eudaimonia, di sisi lain, menekankan flourishing psikologis yang melampaui kepuasan diri dan mencakup kontribusi terhadap sesuatu yang lebih besar. Dalam konteks penelitian ini, kebahagiaan memiliki skor tinggi pada mayoritas responden meskipun *social comparison* sedang, hal ini mungkin dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti dukungan sosial atau regulasi diri, yang sejalan dengan pandangan Fadhilah (2018) bahwa kebahagiaan dipengaruhi oleh kemakmuran, kontak sosial, dan gaya atribusi individu. Namun, Hamka (Mahfudhoh & Hodri, 2023) memperingatkan bahwa kebahagiaan yang bergantung pada hal-hal eksternal seperti lingkungan sosial sering kali hampa, karena orientasi pada kekayaan, jabatan, atau popularitas dapat menimbulkan perbandingan sosial yang tidak sehat (Rahman, 2024; Yulianto & Virlia, 2023).

Social comparison, sebagai proses evaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain (Septiana & Perdana, 2024), terbukti memiliki dampak negatif pada kebahagiaan remaja. Festinger (1954) membaginya menjadi dua aspek: pendapat (opinion) dan kemampuan (ability), di mana pendapat melibatkan perbandingan pandangan pribadi, sedangkan kemampuan mencakup atribut seperti kompetensi dan popularitas. Jones (2001) mengidentifikasi lima aspek spesifik yang mendorong perbandingan sosial, termasuk tinggi tubuh, berat tubuh, bentuk tubuh, wajah, dan gaya hidup, yang sering diperkuat oleh interaksi di media sosial. Hal ini membuat individu memprioritaskan tolak ukur eksternal daripada sifat internal (Yulianto & Virlia 2023), sehingga perbandingan tidak hanya terbatas pada opini atau kemampuan, melainkan meluas ke pencapaian akademik, kesehatan, bentuk fisik dan harapan masa depan (Kato & Virlia, 2024). Di era digital, media sosial memperburuk masalah ini dengan memicu perasaan sedih, tidak berharga, dan kurang percaya diri saat melihat postingan orang lain yang lebih unggul (Andryana, 2024; Waney dkk., 2020), sehingga menciptakan tekanan kompetitif yang mengurangi kepuasan hidup (Arifin & Firdaus, 2022).

Meskipun hubungan negatif ini cukup kuat, mayoritas responden tetap menunjukkan kebahagiaan tinggi, yang mungkin disebabkan oleh mekanisme coping seperti fokus pada aspek positif atau pembatasan penggunaan media sosial. Hal ini mendukung pandangan Diener dkk., (1999) bahwa kebahagiaan merupakan tingkat keseluruhan kehidupan manusia, dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesehatan, kreativitas, dan pendapatan sehingga menjadikan hidup lebih baik secara menyeluruh apabila individu dapat melihat hidupnya secara positif, disertai dengan tingginya emosi positif, dan terpenuhi unsur-unsur yang mendukung kesejahteraan dirinya. Dengan demikian, penelitian ini berhasil mengaitkan data analisis dengan permasalahan penelitian dan konteks teoretis yang lebih luas, menegaskan bahwa *social comparison* di media sosial dapat mengganggu kesejahteraan psikologis remaja, namun intervensi seperti edukasi literasi digital dapat mengatasinya.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengkonfirmasi hubungan negatif *social comparison* dengan kebahagiaan, artinya hasil ini memiliki implikasi bagi remaja, yang perlu menyadari dampak negatif *social comparison* dan membatasi waktu di media sosial untuk interaksi autentik. Orang tua dan pendidik dapat memberikan edukasi literasi digital, sementara kebijakan dapat mendorong konten positif di platform media. Meskipun demikian, penelitian ini terbatas pada satu daerah, sehingga generalisasi perlu hati-hati, dan penelitian lanjutan bisa melibatkan variabel moderator atau pendekatan kualitatif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan dengan derajat kekuatan sedang antara intensitas social comparison dan tingkat kebahagiaan pada remaja pengguna media sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan uji hipotesis menggunakan korelasi Product Moment Pearson terhadap 231 responden, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar -0,542 dengan taraf signifikansi 0,000 yang jauh di bawah ambang batas 0,05. Data kuantitatif ini secara tegas memvalidasi hipotesis bahwa semakin tinggi frekuensi remaja membandingkan atribut diri seperti fisik, kemampuan, dan gaya hidup dengan orang lain di platform digital, maka semakin rendah tingkat kebahagiaan subjektif yang mereka rasakan. Secara demografis dan deskriptif, mayoritas subjek penelitian berada pada kategori social comparison tingkat sedang dengan persentase 74,9 persen, sementara tingkat kebahagiaan didominasi oleh kategori tinggi sebesar 54,5 persen dan kategori sedang 44,2 persen.

Temuan statistik ini mengindikasikan bahwa meskipun aktivitas membandingkan diri memberikan kontribusi negatif yang nyata terhadap kesejahteraan psikologis, sebagian besar remaja dalam sampel ini kemungkinan besar masih memiliki mekanisme coping adaptif atau dukungan eksternal lain yang mampu menjaga stabilitas emosional mereka sehingga tingkat kebahagiaan tidak jatuh ke level rendah secara drastis. Implikasi dari temuan ini menyoroti urgensi penanganan dampak psikologis akibat interaksi digital, di mana media sosial sering kali menjadi etalase parsial yang memicu perasaan inferioritas dan ketidakpuasan hidup pada remaja yang sedang dalam fase pencarian identitas. Mekanisme perbandingan sosial yang berfokus pada kemampuan dan opini orang lain terbukti mendistorsi persepsi diri remaja, mengalihkan fokus dari apresiasi diri internal menjadi pengejaran validasi eksternal yang semu. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis berupa edukasi literasi digital yang tidak hanya menyasar aspek teknis, tetapi juga penguatan psikologis untuk membantu remaja menyaring informasi dan membatasi paparan konten yang memicu insecurity.

Selain itu, peran aktif orang tua dan pendidik sangat krusial dalam membimbing remaja mengembangkan strategi regulasi emosi dan coping yang sehat guna memutus siklus perbandingan negatif. Mengingat keterbatasan generalisasi wilayah, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menelaah variabel moderator lain seperti resiliensi atau dukungan sosial guna memperkaya pemahaman mengenai determinan kebahagiaan remaja di era digital yang semakin kompetitif dan penuh tekanan visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Andryana, N. (2024). *Hubungan social comparison dengan self-esteem wanita dewasa awal* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. UIN Suska Repository. <http://repository.uin-suska.ac.id/79961/>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet->

[indonesia-tembus-221-juta-orang](#)

- Arifin, N., & Firdaus, F. (2022). Hubungan antara perbandingan sosial dan kepuasan hidup pada remaja. *Adiba: Journal of Education*, 2(3), 351–357. <https://adisampublisher.org/index.php/adiba/article/view/180>
- Azwar, S. (2015). Asumsi-asumsi dalam inferensi statistika. *Buletin Psikologi*, 9(1), 8–17. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.27555>
- Azwar, S. (2022). *Metode penelitian psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar. <https://books.google.co.id/books?id=qK2PzwEACAAJ>
- Booth, R. (2024, March 20). Young people becoming less happy than older generations, research shows. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/society/2024/mar/20/young-people-becoming-less-happy-than-older-generations-research-shows>
- Cendrawan, J., & Ajisuksmo, C. R. P. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi keinginan mahasiswa dalam menggunakan media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 203–216. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.1793>
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Fadhilah, R. R. T. (2018). *Hubungan antara interaksi sosial dengan happiness pada lansia* [Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya]. UIN Sunan Ampel Digital Library. <http://digilib.uinsby.ac.id/25732/>
- Fauzi, O., & Maryam, E. W. (2024). Bagaimana media sosial mempengaruhi kebahagiaan dan kesejahteraan siswa. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 18(1), 1–13. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v18i1.2676>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J.-E., Aknin, L. B., & Wang, S. (Eds.). (2024). *World Happiness Report 2024*. University of Oxford: Wellbeing Research Centre. <https://worldhappiness.report/ed/2024/>
- Indartini, M., & Mutmainah, S. (2024). *Analisis data kuantitatif: Uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi dan regresi linier berganda*. CV. Feniks Muda Sejahtera. <https://books.google.co.id/books?id=01f4EAAAQBAJ>
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The effects of Instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media + Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles*, 45, 645–664. <https://doi.org/10.1023/A:1014815725852>
- Kato, S. Y., & Virlia, S. (2024). Self-esteem remaja pengguna Instagram ditinjau dari body image dan social comparison sebagai moderator. *Jurnal Psikologi*, 17(1), 174–188. <https://doi.org/10.35760/psi.2024.v17i1.10828>
- Kemp, S. (2024, January 31). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Kusumaisna, K., & Satwika, Y. W. (2023). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan fear of missing out (FoMO) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 749–764.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/52972>

- Lopies, C., Matdoan, M. Y., Loklomin, S. B., & Wattimena, A. Z. (2023). Analisis dan klasifikasi tingkat kebahagiaan masyarakat berdasarkan propinsi di Indonesia dengan pendekatan statistik. *Parameter: Jurnal Matematika, Statistika dan Terapannya*, 2(1), 33–46. <https://doi.org/10.30598/parameterv2i01pp33-46>
- Mahfudhoh, U., & Hodri, H. (2023). Konsep kebahagiaan Shaykh Nawawi al-Bantani dalam perspektif hermeneutika Hans-Georg Gadamer. *JUIT: Journal of Ushuluddin and Islamic Thought*, 1(1), 137–154. <https://doi.org/10.15642/juit.2023.1.1.137-154>
- Meilana, S. M. (2021). Media sosial bagi penerimaan diri, harga diri dan kebahagiaan remaja: Apakah akan merusak atau membangun? *Jurnal Selaras: Kajian Bimbingan dan Konseling serta Psikologi Pendidikan*, 4(1), 132–143. <https://doi.org/10.33541/selaras.v4i2.3276>
- Mekeama, L., Oktarina, Y., Yuliana, Y., & Nurhusna, N. (2022). Upaya pencapaian tugas perkembangan remaja melalui terapi kelompok terapeutik (TKT). *Medic (Medical Dedication): Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat FKIK UNJA*, 5(2), 412–417. <https://doi.org/10.22437/medicaldedication.v5i2.20921>
- Nafis, R. Y., & Kasturi, T. (2023). Hubungan social comparison dan kebersyukuran dengan subjective well-being pada remaja pengguna Instagram. *Candrajiwa: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 92–104. <https://doi.org/10.20961/jip.v8i2.73852>
- Nasar, A., Saputra, D. H., Arkaan, M. R., Ferlyando, M. B., Andriansyah, M. T., & Pangestu, P. D. (2024). Uji prasyarat analisis. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(6), 786–799. <https://doi.org/10.61132/jebi.v2i6.671>
- Novitria, F., & Khoirunnisa, R. N. (2020). Perbedaan kecemasan akademik pada mahasiswa baru jurusan psikologi ditinjau dari jenis kelamin. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(1), 11–20. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/36427>
- Octiva, C. S., Fajri, T. I., Sulistiarini, E. B., Suharjo, S., & Nuryanto, U. W. (2024). Penggunaan teknik data mining untuk analisis perilaku pengguna pada media sosial. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 1074–1078. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13936>
- Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan penerimaan diri dengan harga diri pada remaja pengguna Instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(4), 549–556. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i4.4832>
- Rahim, A., & Indah, M. (2024). Pentingnya pendidikan literasi digital di kalangan remaja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion*, 2(2), 51–56. <https://doi.org/10.59605/jpkm-aphelion.v2i2.464>
- Rahman, A. (2024). Relevansi religiusitas dengan kebahagiaan. *Referensi Islamika: Jurnal Studi Islam*, 2(1), 25–31. <https://doi.org/10.61220/ri.v2i1.003>
- Rais, M. R. (2022). Kepercayaan diri (self confidence) dan perkembangannya pada remaja. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 12(1), 40–57. <https://doi.org/10.30829/al-irsyad.v12i1.11935>
- Seftiana, A. F., Syafitri, A., Eliyati, E., Ningsih, L. S., & Jadidah, I. T. (2023). Analisis gaya hidup hedonisme di era globalisasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(4), 226–234. <https://doi.org/10.62668/kapalamada.v2i04.839>
- Septiana, N. A., & Perdana, T. S. (2024). Hubungan social comparison dengan body dissatisfaction pada perempuan yang memiliki kelebihan berat badan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(8), 23–29. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13151777>



- Setiaman, A., Zasa, N. P., & Karimah, K. E. (2024). Perspektif media sosial tentang kebahagiaan. *JKBH: Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, 6(2), 79–84. <https://doi.org/10.61296/jkbh.v6i2.231>
- Vidi, N. S. P., Rahmawati, U., & Novitasari, D. (2021). Fenomena gaya hidup hedonisme di Instagram (Studi kasus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Baturaja). *Jurnal Massa*, 2(2), 188–195. <https://doi.org/10.54895/jm.v2i2.1674>
- Waney, N. C., Kristinawati, W., & Setiawan, A. (2020). Mindfulness dan penerimaan diri pada remaja di era digital. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 22(2), 73–82. <https://doi.org/10.26486/psikologi.v22i2.969>
- Widyadarma, A. (2024). *Perempuan dan laki-laki di D.I. Yogyakarta 2024*. BPS Provinsi D.I. Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/publication/2024/09/17/74c0c1737e1b9b009e51c861/perempuan-dan-laki-laki-di-d-i--yogyakarta-2024.html>
- Wijaya, A., & Panjaitan, C. N. (2023). Hubungan kebahagiaan dan produktivitas di era post modern. *JP2SH: Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 8(1), 115–120. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v8i1.1959>
- Yulianto, I. A., & Virlia, S. (2023). Pengaruh social comparison dan adiksi TikTok terhadap self esteem pada remaja. *Jurnal Diversita*, 9(2), 228–238. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i2.9365>