

HUBUNGAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *SELF-ESTEEM* PADA REMAJA PENGGUNA TIK TOK

VINA LUSIANA

SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang
e-mail: vinalusiana@iwu.ac.id

ABSTRAK

TikTok memiliki banyak fitur yang dapat digunakan, salah satunya fitur *posting* dan *browsing*. Aktivitas ini dapat menjadi ruang untuk menampilkan dirinya dan melihat orang lain. Dengan menampilkan diri di media sosial akan mendapatkan tanggapan positif dari orang lain yang akan meningkatkan *Self-esteem* individu, juga dengan menggunakan *TikTok* dapat memungkinkan penggunaannya untuk melakukan *Social Comparison*. Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* di media sosial, beberapa penelitian mengungkapkan terdapat hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* namun juga ada beberapa penelitian yang tidak menunjukkan hubungan secara penuh. Kemudian, belum banyak penelitian yang meneliti media *TikTok*. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang bagaimana hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja pengguna *TikTok* khususnya melakukan survey kepada siswa SMA dengan kisaran usia 16-19 tahun. Pada penelitian ini korelasi digunakan untuk melihat adanya hubungan antara variabel *Social Comparison* dengan *Self-esteem*. Untuk analisa data angket maka dilakukan beberapa langkah yaitu: Uji Validitas, Reabilitas dan uji normalitas. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi *Social Comparison* maka akan semakin rendah *Self-esteem* pada siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang yang menggunakan *TikTok* tersebut. Begitupun sebaliknya semakin rendah *Social Comparison* maka akan semakin tinggi *Self-esteem* siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang. Berdasarkan uji normalitas data kami berdistribusi normal. Selanjutnya berdasarkan uji linearitas kami dapat simpulkan bahwa nilai signifikansinya $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi berdasarkan hasil analisis hipotesa ditemukan bahwa adanya pengaruh antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada kalangan siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang khususnya bagi pengguna *tiktok*.

Kata Kunci: *Social Comparison* , *Self-esteem* , *TikTok*

ABSTRACT

TikTok has many features that can be used, one of which is the *posting* and *browsing* features. This activity can be a space to present oneself and see others. By presenting yourself on social media, you will get positive responses from other people which will increase the individual's *self-esteem*. Also, using *TikTok* can enable users to carry out *social comparisons*. The relationship between *Social Comparison* and *Self-esteem* on social media, several studies have revealed that there is a relationship between *Social Comparison* and *Self-esteem*, but there are also several studies that do not show the full relationship. Then, not much research has examined *TikTok* media. Therefore, researchers are interested in studying further about the relationship between *Social Comparison* and *Self-esteem* among teenage *TikTok* users, especially conducting a survey of high school students aged 16-19 years. In this research, correlation is used to see the relationship between the *Social Comparison* variable and *Self-esteem*. To analyze questionnaire data, several steps are carried out, namely: Validity, Reliability and Normality Tests. The results of this research show that the higher the *Social Comparison*, the lower the *Self-esteem* of SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang students who use *TikTok*. Likewise, the lower the *Social Comparison*, the higher the *Self-esteem* of SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang students. Based on the normality test,

our data is normally distributed. Furthermore, based on the linearity test, we can conclude that the significance value is >0.05 . So, based on the results of the hypothesis analysis, it was found that there is an influence between Social Comparison and Self-esteem among SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang students, especially among TikTok users

Keywords: *Social Comparison* , *Self-esteem* ,TikTok

PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan orang lain untuk berinteraksi. Pada zaman modern ini interaksi sosial dapat dilakukan lewat media sosial, salah satunya adalah TikTok. Jumlah pengguna TikTok terbanyak berada pada rentang usia 16-64 tahun. Usia tersebut termasuk dalam kategori masa remaja pertengahan sampai masa dewasa akhir. Pada masa remaja pertengahan dikatakan sebagai masa dimana kalangan remaja sedang memperluas jaringan pertemanan dan pada masa dewasa akhir dibutuhkan untuk berkomunikasi dengan berbagai kalangan.

TikTok memiliki banyak fitur yang dapat digunakan, salah satunya fitur *posting* dan *browsing*. Aktivitas ini dapat menjadi ruang untuk menampilkan dirinya dan melihat orang lain. Dengan menampilkan diri di media sosial akan mendapatkan tanggapan positif dari orang lain yang akan meningkatkan *Self-esteem* individu, juga dengan menggunakan *TikTok* dapat memungkinkan penggunaannya untuk melakukan *Social Comparison*.

Menurut Roger dan Maslow dalam Andini, S. F. 2020, mengatakan bahwa *Self-esteem* merupakan aspek yang paling penting dalam kepribadian, dimana harga diri (*Self-esteem*) adalah evaluasi yang menyeluruh untuk membentuk gambaran diri (*Self image*). *Self-esteem* yang tinggi akan terbentuk apabila individu memandang baik pada dirinya sendiri dan akan merasakan nyaman terhadap dirinya sendiri lalu membentuk hubungan sosial yang baik dengan lingkungan sekitarnya. *Self-esteem* akan mengalami peningkatan pada usia dewasa awal dan madya. Oleh sebab itu TikTok dapat dijadikan salah satu penunjang untuk menaikkan *Self-esteem*.

Namun beberapa pengguna TikTok mengatakan bahwa pengguna TikTok juga menyebabkan mereka merasa rendah diri atau *insecure*. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa sebagian pengguna TikTok memiliki *Self-esteem* yang rendah atau mengevaluasi diri secara negatif. *Self-esteem* yang rendah akan merasa tidak puas dengan pencapaian yang dimilikinya dan memandang negatif terhadap dirinya sendiri. Dengan memiliki *Self-esteem* yang rendah dapat menimbulkan masalah pada individu, seperti penyesuaian diri yang buruk, sulit mengemukakan pendapat, mudah terluka jika di kritik, hingga depresi. Salah satu faktor yang menyebabkan pengguna TikTok memiliki *Self-esteem* rendah adalah *Social Comparison*. *Social Comparison* merupakan perilaku membandingkan diri oleh individu dengan individu lain untuk mengevaluasi dirinya. Tiktok sebagai media sosial yang dapat membagikan video memungkinkan orang untuk menampilkan dirinya dan menjadi media terjadinya *Social Comparison*. Perilaku tersebut menyebabkan penurunan pada *Self-esteem* individu dan menyebabkan individu memiliki persepsi negatif terhadap diri sendiri.

Dalam artikel yang berjudul *Self-Compassion: An Alternative Conceptualization of a Healthy Attitude Toward Oneself* oleh Neff (2003) terdapat pernyataan bahwa perbandingan sosial telah dikaitkan dengan upaya untuk mempertahankan harga diri. Lianawati, L. (2008) dalam artikelnya yang berjudul Perbandingan Sosial juga mengatakan bahwa perbandingan sosial yang dilakukan secara *downward* dapat memperkuat diri (*self-enhancement*), meningkatkan *self-esteem* dan mengurangi stres. Sedangkan perbandingan sosial yang dilakukan secara *upward* dapat membuat orang terpacu untuk melakukan perbaikan atau pengembangan diri (*self improvement*). *Downward comparison* merupakan perbandingan sosial yang dilakukan individu dengan memilih subjek perbandingan yang dianggap lebih buruk

daripada dirinya, sebaliknya *upward comparison* dilakukan individu dengan memilih subjek perbandingan yang dianggap lebih baik daripada dirinya.

Menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018, pengguna internet terbanyak ada di Jawa Barat (Okezone.com). Menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi dalam Guna (2017) menunjukkan bahwa provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia yaitu sebesar 600.781 orang. Hal ini ditunjang dengan adanya kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang juga merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal memiliki berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta yang memicu banyaknya mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung. Dilihat juga dari data Kompas.com yang menunjukkan banyaknya pengguna Instagram di rentang usia 18-24 tahun, diasumsikan bahwa rentang usia ini didominasi oleh kelompok mahasiswa.

Artikel yang menunjukkan bahwa perbandingan sosial (*social comparison*) dapat mempertahankan harga diri (*self-esteem*) bahkan meningkatkan *self-esteem* berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Vogel (2014) dan Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017), dimana *social comparison* dapat membuat *self-esteem* menjadi rendah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Vogel (2014) meneliti *social comparison* pada pengguna Facebook, sedangkan saat ini media sosial Instagram lebih populer dalam kalangan anak muda dibandingkan Facebook. Pada penelitian Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017) tidak mengukur *social comparison* berdasarkan kedua dimensinya. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, melihat apakah *social comparison* berdasarkan kedua dimensinya memiliki hubungan dengan *self-esteem* pada mahasiswa pengguna Instagram. Selanjutnya, dari data yang menunjukkan banyaknya mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung, maka peneliti perlu melakukan studi awal di Kota Bandung pada mahasiswa pengguna Instagram untuk melihat hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*.

Dari pemaparan hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* di media sosial, beberapa penelitian mengungkapkan terdapat hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* namun juga ada beberapa penelitian yang tidak menunjukan hubungan secara penuh. Kemudian, belum banyak penelitian yang meneliti media TikTok. Pada media TikTok individu akan menyalurkan kreativitas nya lewat video atau foto yang di kolaborasikan, juga dapat melihat kehidupan para *public figure* dan *influencer*. Hal ini dapat dipermudah dengan adanya fitur FYP (*For Your Page*), dimana dengan fitur ini pengguna TikTok dapat melihat postingan pengguna TikTok lain secara global tanpa harus di *follow* terlebih dahulu. Hal tersebut memungkinkan perilaku *Social Comparison* di TikTok lebih luas. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang bagaimana hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja pengguna TikTok khususnya melakukan survey kepada siswa SMA dengan kisaran usia 16-19 tahun.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini korelasi digunakan untuk melihat adanya hubungan antara variabel *Social Comparison* dengan *Self-esteem*. Adapun beberapa variabel yang digunakan adalah :

1. Variabel Bebas (X) : *Social Comparison*
2. Variabel Terikat (Y) : *Self-esteem*

Definisi Operasional bertujuan untuk mengukur variabel dalam penelitian yang lebih terkonsentrasi dan dapat diukur menggunakan metode pengukuran yang telah disiapkan. Adapun beberapa definisi dari variabel-variabel tersebut adalah :

1. *Social Comparison* : *Social Comparison* adalah membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih baik dari dirinya. Individu mengamati secara langsung mengenai penampilan fisik seseorang kemudian membandingkan dengan dirinya sendiri.

2. *Self-esteem* : *Self-esteem* adalah penilaian subjektif yang dibuat individualitas dari hasil penilaian diri yang tercermin dalam sikap positif atau negatif.

Populasi penelitian merupakan objek keseluruhan dalam penelitian yang dapat dikatakan populasi dari keseluruhan individu yang karakternya akan diteliti. Populasi juga bukan sekedar jumlah objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh sifat dan karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa SMA Islam Nurul Fikri Boarding School Lembang dengan kisaran usia 16-19 tahun. Sampel menurut *Sugiyono*, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan populasi ini penelitian penting dilakukan karena melalui penentuan tersebut maka seluruh kegiatan penelitian akan selaras dengan tujuan penelitian. Populasi penelitian ini adalah siswa/i pengguna TikTok di Nurul Fikri Boarding School Lembang. Berdasarkan hasil *screening* yang telah dilakukan peneliti diketahui bahwa sebanyak 50 orang subjek yang mengisi kuisioner penelitian mengalami adanya hubungan *Social Comparison* dengan *Self-esteem*.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survey. Metode survey menurut *Lawrence* adalah penelitian kuantitatif yang mana dalam metode ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada sejumlah responden tentang keyakinan, pendapat, karakteristik seseorang kepada objek tertentu, dan perilaku masa lalu atau sekarang dengan menggunakan alat ukur seperti kuesioner.

Kuesioner ini terdiri dari item *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Kuesioner yang digunakan untuk mengukur *Social Comparison* adalah Kuesioner yang diukur berdasarkan aspek *Social Comparison* menurut *Schaefer*, yaitu penampilan fisik, berat badan, bentuk tubuh, tinggi badan, dan lemak tubuh. Kuesioner perbandingan sosial disiapkan oleh para peneliti dengan menggunakan model skala Guttman yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan berupa pernyataan *favourable* dan *unfavorable*. Dengan skala Guttman, variabel yang ingin diukur dibagi menjadi variabel indikator. Indikator-indikator tersebut kemudian dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item alat yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Kuesioner *Self-esteem* disusun oleh peneliti berdasarkan pada aspek-aspek *Self-esteem*, yaitu kekuatan, keberartian, kebajikan, dan kemampuan yang dirasakan oleh diri sendiri. Kuesioner *Self-Esteem* ini disusun menggunakan model skala *guttman* yang terdiri dari pernyataan-pernyataan dalam bentuk *favourable* (mendukung) *unfavourable* (tidak mendukung).

Untuk analisa data angket maka dilakukan beberapa langkah yaitu:

1. Validitas atau keakuratan

Mengenai kriteria item korelasi koefisien mempunyai ambang batas $\geq 0,30$. Untuk memastikan semua item diterima, skor koefisien korelasi di atas 0,30 dianggap memiliki kekhasan yang memuaskan, sedangkan item dengan skor koefisien korelasi lebih rendah 0,30 dianggap memiliki daya diferensial yang rendah.

2. Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang kali pada subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap reliabel jika memberikan hasil yang konsisten untuk ukuran yang sama.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *internal consistency*, yaitu mencobakan instrumen sekali, lalu data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik tertentu. Konsistensi internal diukur dengan menggunakan koefisien alfa *Cronbach*. Aturan keputusannya adalah jika *Cronbach* alpha $> 0,6$ dianggap reliabel dan jika *Cronbach* alpha $< 0,6$ tidak dapat diandalkan.

3. Sebelum menganalisis data menggunakan teknik analisis korelasi product moment, maka periksa asumsi sebelumnya dan penelitian, yang meliputi:

- 1) Uji normalitas, yaitu umum atau tidaknya data penelitian yang setiap variabel mempunyai distribusi normal.
- 2) Uji linearitas, khususnya untuk mengetahui apakah data variabel bebas mempunyai hubungan linier dengan data variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun untuk hasil dan pembahasan dari temuan selama penelitian adalah sebagai berikut:

Hasil

Penelitian ini dilaksanakan di SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang, dimana melibatkan siswa perempuan dan siswa laki-laki. Dari data sebanyak 70% pengisinya adalah siswa perempuan dan 30% nya adalah siswa laki-laki. Pengumpulan angket ini diambil dari tanggal 1 November 2023 sampai 20 November 2023.

Uji Validitas dan Reliabilitas *Social Comparison*

Untuk taraf signifikansi adalah 5%. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014) mengatakan bahwa suatu data dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil uji validitas dari aplikasi SPSS untuk data angket pada skala *Self Comparison*.. Kemudian data diatas diperjelas dalam tabel berikut

1. Uji Validitas *Social Comparison*

Hasil uji validitas dari aplikasi SPSS 27 untuk data angket pada skala *Self Comparison* yang dinyatakan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Validitas *Social Comparison*

Butir Soal	r tabel	r hitung	Kriteria
1	0,2353	0,836	valid
2	0,2353	0,838	valid
3	0,2353	0,843	valid
4	0,2353	0,871	valid
5	0,2353	0,863	valid
6	0,2353	0,871	valid
7	0,2353	0,839	valid

Berdasarkan tabel diatas untuk angket *Social Comparison* semua butir soalnya dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas *Social Comparison*

Persyaratan uji reliabilitas adalah ketika soal tersebut valid. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara gabungan atau secara masing-masing per butir soal. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Split-Half yaitu cara membagi dua butir-butir soal instrumen pervariabel lalu menghubungkan split half tersebut dengan menggunakan rumus korelasi *Cronbach Alpha*. Menurut Jonathan Sarwono (2015) : (1) Jika korelasi Guttman Split-Half Coefisien $>$ 0,8 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan (2) Jika korelasi Guttman yang koefisiennya kecil maka dinyatakan tidak reliabel. Berdasarkan

tabel diatas kita ketahui bahwa Guttman Split-Half koefisiennya 0,753 maka data tersebut belum reliabel. Selanjutnya peneliti menggunakan *Cronbach's Alpha*. Uji Reabilitas ini dapat kita sebut data tersebut reliabel ketika *Cronbach's Alpha* > 0,8. Dari data yang telah diperoleh dari aplikasi SPSS 27, *Cronbach's Alpha* adalah 0,851 > 0,80 sehingga data tersebut reliabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas *Self Esteem*

1. Uji Validitas *Social Comparison*

Berdasarkan hasil uji validitas dari aplikasi SPSS 27 untuk data angket pada skala *Self esteem* yang dinyatakan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Validitas *Social Comparison*

Butir Soal	r tabel	r hitung	Kriteria
1	0,2353	0,836	valid
2	0,2353	0,838	valid
3	0,2353	0,843	valid
4	0,2353	0,871	valid
5	0,2353	0,863	valid
6	0,2353	0,871	valid
7	0,2353	0,839	valid

Berdasarkan tabel diatas untuk angket *Self Esteem* semua butir soalnya dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas *Social Comparison*

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Split-Half yaitu cara membagi dua butir-butir soal instrumen pervariabel lalu menghubungkan split half tersebut dengan menggunakan rumus korelasi *Cronbach Alpha*. Berdasarkan hasil analisis SPSS27 kita ketahui bahwa Guttman Split-Half koefisiennya 0,753 maka data tersebut belum reliabel. Selanjutnya peneliti menggunakan *Cronbach's Alpha*. Uji Reabilitas ini dapat kita sebut data tersebut reliabel ketika *Cronbach's Alpha* > 0,8. Dari data yang telah diperoleh dari aplikasi SPSS 27, *Cronbach's Alpha* adalah 0,851 > 0,80 sehingga data tersebut reliabel.

Uji Hipotesis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas *kolmogrov smirnov* merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan. Adapun secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis *explore* dan menggunakan nilai signifikan pada kolom *kolmogriv smirnov*. Uji normalitas merupakan pra syarat dalam melakukan uji regresi.

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai Sig. > 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.

Berikut Tabel Hasil Uji Normalitas Variabel *Self Compassion* (X) dan *Body Dissatisfaction* (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Variabel *Self Compassion* (X) dan *Body Dissatisfaction* (Y)

	Test of Normality					
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
<i>Social Comparison</i>	.249	10	.078	.912	10	.294
<i>Self-esteem</i>	.147	9	.200	.944	9	.628

a. Lilliefors Significance Correction

Dari hasil tabel di atas dapat dilakukan pengambilan keputusan uji normalitas yaitu untuk Variabel *self compassion* (X) pada kolom Kolmogorov p-Smirnov nilai Sig. sebesar $0,078 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *self compassion* (X) berdistribusi normal. Sedangkan, uji normalitas untuk variabel *body dissatisfaction* (Y) pada kolom Kolmogorov-Smirnov nilai Sig. sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *body dissatisfaction* (Y) berdistribusi normal. Dengan demikian dari hasil uji normalitas ini menegaskan bahwa peneliti dapat lanjut ke analisis regresi, karena syarat dalam uji asumsi ini sudah memperlihatkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sedang di teliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan. Uji linearitas merupakan pra syarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Linearitas akan terpenuhi dengan asumsi apabila plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk suatu pola tertentu atau random. Namun, pengguna uji linearitas dengan menggunakan gambar dianggap kurang objektif. Selain itu, pengujian linearitas ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat *Test for Linearity*. Adapun teknik analisisnya dengan menggunakan nilai signifikan pada taraf signifikansi 95% ($\alpha = 0.05$)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.993	1	13.993	2.241	.141 ^b
	Residual	299.787	48	6.246		
	Total	313.780	49			

a. Dependent Variable: SELF ESTEEM

b. Predictors: (Constant), SOCIAL COMPARISION

Gambar.1 Tabel Anova Uji Linieritas

Dari hasil tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat linearitas antara variabel *Social Comparison* dengan variabel *Self-esteem*. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai signifikansi pada baris Linearity sebesar $0.141 > 0,05$. Artinya kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Oleh karena itu, kedua variabel ini dapat digunakan untuk dilakukan analisis data lebih lanjut.

Hasil Uji Hipotesis Regresi Linear

Hipotesa alternatif (H1) yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y, sedangkan Hipotesa nol/nihil (Ho) tidak terdapat pengaruh yang signifikan

antara variabel X terhadap variabel Y. Untuk menguji hipotesis tersebut, dapat dilihat dari angka probabilitas yaitu ketentuannya adalah jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan jika signifikansinya $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Social Comparison* (X) dengan *Self-esteem* (Y).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.211 ^a	.045	.025	2.499

a. Predictors: (Constant), SOCIAL COMPARISION

Gambar.2 Tabel Nilai R

Berdasarkan tabel diatas, nilai R (korelasi) merupakan nilai koefisien korelasi dan diperoleh nilai sebesar 0,211 menunjukkan hubungan signifikan antara variabel *Social Comparison* (X) dengan *Self-esteem* (Y) berada pada tingkatan yang sangat kuat dan positif. Kemudian Nilai R Square menjelaskan kemampuan variabel *Social Comparison* (X) dalam memprediksi variabel dengan *Self-esteem* (Y) Nilai R Square (korelasi koefisien) sebesar 0,045 menunjukkan kontribusi yang disumbangkan X kepada Y. Selanjutnya Nilai Adjusted R Square merupakan nilai R Square yang disesuaikan. Nilai Std. Error of the Estimate (SEE) merupakan nilai yang digunakan untuk menilai kelayakan variabel independen/predictor dalam memprediksi variabel dependen/kriteria. Ketentuannya adalah jika nilai SEE $<$ nilai Deviasi standar, maka variabel independen/predictor layak dalam memprediksi variabel dependen/kriteria.

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SELF ESTEEM	15.62	2.531	50
SOCIAL COMPARISION	17.28	4.647	50

Gambar.3 Tabel Nilai SEE

Adapun dari tabel diperoleh nilai SEE = 2,499 $<$ nilai deviasi standar = 2.531. Oleh karena itu variabel *Social Comparison* (X) layak untuk memprediksi variabel *Self-esteem* (Y). Kemudian Perbandingan F hitung dan F tabel serta Sig. dan β hitung diketahui = 2,241 $<$ F tabel = 4,038 (F tabel dapat dilihat pada lampiran). Kesimpulannya maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Social Comparison* dengan *Self-esteem*.

Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang. Pengujian menggunakan analisis regresi linear menunjukkan bahwa *Social Comparison* mampu memprediksi secara signifikan variabel *Self-esteem*. Jika dilihat dari hasil uji korelasi, maka korelasi antara variabel *Social Comparison* dengan *Self-esteem* menunjukkan angka sebesar 0,83. Angka ini menunjukkan adanya korelasi yang sempurna dan searah. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai R Square yang menjelaskan kemampuan variabel *Social Comparison* (X) dalam memprediksi nilai variabel *Self-esteem* (Y) sebesar 0.045 atau 4,5% menunjukkan

kontribusi yang disumbangkan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* selanjutnya nilai Std. Error of the Estimate (SEE) merupakan nilai yang digunakan untuk menilai kelayakan variabel independen/predictor dalam memprediksi variabel dependen/kriteria. Ketentuannya adalah jika nilai SEE < nilai Deviasi standar, maka variabel independen/predictor layak dalam memprediksi variabel dependent/kriteria. Adapun dari tabel diperoleh nilai SEE = 2,499 < nilai deviasi standar = 2.531, oleh karena itu variabel *Social Comparison* (X) dengan *Self-esteem* (Y). Nilai R Square (korelasi koefisien) sebesar 0,045 menunjukkan kontribusi yang disumbangkan X kepada Y. Selanjutnya Nilai Adjusted R Square merupakan nilai R Square yang disesuaikan. Nilai Std. Error of the Estimate (SEE) merupakan nilai yang digunakan untuk menilai kelayakan variabel independen/predictor dalam memprediksi variabel dependen/kriteria. Ketentuannya adalah jika nilai SEE < nilai Deviasi standar, maka variabel independen/predictor layak dalam memprediksi variabel dependen/kriteria. Adapun dari tabel diperoleh nilai SEE = 2,499 < nilai deviasi standar = 2.531. Oleh karena itu variabel *Social Comparison* (X) layak untuk memprediksi variabel *Self-esteem* (Y). Kemudian Perbandingan F hitung dan F tabel serta Sig. dan F hitung diketahui = 2,241 < F tabel = 4,038 (F tabel dapat dilihat pada lampiran). Kesimpulannya maka Ho diterima dan H1 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Social Comparison* (X) dengan *Self-esteem* (Y). Jadi berdasarkan hasil analisis hipotesa bahwa dalam kalangan siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang terdapat pengaruh antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* khususnya bagi pengguna tiktok.

Kemungkinan *social comparison of opinion* tidak membuat *self-esteem* menjadi rendah karena siswa lebih berfokus pada *social comparison of ability*. Siswa lebih sering membandingkan kemampuannya dalam hal hubungan sosial, prestasi, kepemilikan barang, atau gaya hidup dibandingkan dengan membandingkan pendapat. Sesuai dengan hasil studi awal yang dipaparkan di latar belakang penelitian, siswa mengatakan bahwa perbandingan pendapat tidak membuatnya merasa rendah diri, melainkan pendapat yang berbeda itu dijadikan sebagai informasi atau wawasan tambahan bagi siswa tersebut. Sesuai dengan penelitian Park, S. Y., & Baek, Y. M (2018) yang menyatakan bahwa orang cenderung menggunakan pendapat orang lain untuk mengevaluasi pendapat sendiri, yang cenderung menghasilkan perasaan menyenangkan daripada perasaan yang tidak menyenangkan.

Menurut Berzonsky (1988, 2008) teori pemrosesan identitas dapat menjelaskan bahwa *social comparison* berkontribusi terhadap rendahnya *self-esteem* dengan menggunakan gaya pemrosesan identitas. Dengan gaya normatif, *social comparison* meningkatkan kesadaran akan norma-norma penting tertentu (misalnya standar kecantikan, kebenaran pendapat). Hal ini berlaku bagi pengguna *Tiktok*, mereka cenderung memiliki evaluasi negatif pada diri sendiri ketika mereka melihat dirinya berbeda dengan kebanyakan orang yang dilihatnya di *Tiktok*. Perbedaan norma (standar orang-orang di *Tiktok*) mendorong mereka untuk melakukan perubahan demi mengikuti harapan dan nilai-nilai kelompok referensi. Biasanya pengguna *Tiktok* menggunakan gaya *diffuse-avoidant* dengan mengabaikan suara-suara *online* sebagai cara melindungi citra diri mereka. Namun, penghindaran semacam itu akan membuat pengguna terisolasi dari komunitas *online* yang menyebabkan *self-esteem* mereka menjadi rendah.

Klass dan Hodge dalam Almaliki (2019) berpendapat bahwa *self-esteem* didapat dari hasil interaksi individu dengan lingkungan, serta penerimaan dan perlakuan orang lain terhadap individu tersebut. *Self-esteem* yang terbentuk pada mahasiswa pengguna *Tiktok* ini didapat setelah mereka berinteraksi secara *online* dengan pengguna *Tiktok* lainnya. siswa mencari *feedback* dengan membandingkan kemampuan maupun opininya dengan bagaimana kemampuan dan opini pengguna lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian hipotesis dan analisis data yang dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Hubungan antara Social Comparison dengan Self-esteem saling berkaitan berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, uji linearitas dan uji regresi linear. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi Social Comparison maka akan semakin rendah Self-esteem pada siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang yang menggunakan TikTok tersebut. Begitupun sebaliknya semakin rendah Social Comparison maka akan semakin tinggi Self-esteem siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang.
2. Terdapat pengaruh tiktok terhadap *Self-esteem* berdasarkan uji validitas dan reliabilitas maka semua butir soal yang kami berikan valid. Berdasarkan uji normalitas data kami berdistribusi normal. Selanjutnya berdasarkan uji linearitas kami dapat simpulkan bahwa nilai signifikansinya $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya data kami punya pengaruh antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem*. dan juga diperkuat dengan data F hitung diketahui $= 2,241 < F$ tabel $= 4,038$ (F tabel dapat dilihat pada lampiran). Kesimpulannya maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Social Comparison* (X) dengan *Self-esteem* (Y). Jadi berdasarkan hasil analisis hipotesa ditemukan bahwa adanya pengaruh antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada kalangan siswa SMAI Nurul Fikri Boarding School Lembang khususnya bagi pengguna tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, N. A., Rizal, L. G. 2020, “*Hubungan Social Comparison dan Body Dissatisfaction Pada Wanita Yang Memiliki Kelebihan Berat Badan (Overweight)*”, 15(2), 110-119.
- Altaf, H. 2019. Body Image Dissatisfaction Theory and Its Impact on Female Representation in Media: *A Case Study. International Review of Literary Studies*. 1(1), 34-60.
- Amalia, D. R., Dewi, M. P., Kusumastuti, A. N. 2018. Body Dissatisfaction dan Harga Diri pada Ibu Pasca Melahirkan”. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. 11(2), 161-171.
- Ananta, A. 2016. Penurunan Body Dissatisfaction Pada Perempuan Dalam Masa Emerging Adulthood Dengan Gratitude Intervention. *Jurnal Psikologi Indonesia*. 5(2).
- Andini, S. F. 2020. Aktivitas dan Pengaruh Sosial Media terhadap Body Dissatisfaction pada Dewasa Awal, *Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(1), 34-43.
- Azwar, S. 2004. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bohang, Fatimah Kartini, 2018, Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia? [Online], Tersedia : <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>. Diakses tanggal 17 Desember 2018.
- Berzonsky, M. D. (2008). Identity formation: The role of identity processing style and cognitive processes. *Personality and Individual Differences*, 44, 645–655.
- Clemes, H., Bean R., dan Clark, A. 1955. *Bagaimana Meningkatkan Harga Diri Remaja*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. 1987. *The development and validation of the body shape questionnaire. International journal of eating disorders*.
- Coopersmith, Stanley. 1967. *The Antecedent of Self esteem*. San Francisco: W.H Freeman and Company
- Creswell, J. W. 2013. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches 4th edition*. SAGE Publications.
- Dewi, E. A., Noviekayati, I. & Rina, P. A. 2020, “Social Comparison dan Kecenderungan Body
- Copyright (c) 2023 KNOWLEDGE : Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan

- Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Instagram”, *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2), 173-180. Badan (*Overweight*)”, 15(2), 110-119.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. doi:10.1177/001872675400700202
- Guyer, J.J., Vaughan-Johnston, T.I. (2020). Social Comparisons (Upward and Downward). In: Zeigler-Hill, V., Shackelford, T.K. (eds) *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer
- John W. Santrock. *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam.(Jakarta: Penerbit Erlangga,2003)
- Lianawati, L. (2008). Perbandingan Sosial. *Metamorfosis*, 2(11).
- Masters, J. C. (1971). Effects of social comparison upon children's self-reinforcement and altruism toward competitors and friends. *Developmental Psychology*, 5(1), 64–72. doi.org/10.1037/h0031081
- 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.
- Rosenberg, M. J. (2006) *Beyond e-Learning*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons, Inc.
- Rosenberg, M. J. (1979). *Conceiving the self*. New York : Basic Books.
- Sarwono, S. W. (1987). *Teori-teori psikolog sosial*. Jakarta: CV Rajawali
- Setiawati, Nur Adawiyah (2020) “*Hubungan antara perbandingan sosial dan citra tubuh pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram*”. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Sunartio, L., Sukanto, E. M., & Dianovinina, K.(2012). Social comparison dan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal. *Humanitas*, 9,(2), 157-168.