



## HUBUNGAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *SELF-ESTEEM* PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA MANADO

Mirando Abram Pakasi<sup>1</sup>, Dewita Karema Sarajar<sup>2</sup>

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga<sup>1,2</sup>

e-mail: [mirandoabrapakasi@gmail.com](mailto:mirandoabrapakasi@gmail.com)<sup>1</sup>, [dewita.sarajar@uksw.edu](mailto:dewita.sarajar@uksw.edu)<sup>2</sup>

Diterima: 09/05/2026; Direvisi: 08/07/2026; Diterbitkan: 18/07/2026

### ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh remaja, dan penggunaannya tidak lepas dari aktivitas membandingkan diri dengan pengguna lain. Fenomena ini mendorong peneliti untuk mengkaji hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Kota Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Sebanyak 151 partisipan remaja berusia 13–18 tahun dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur *social comparison* dan *Self-Liking and Self-Competence Scale Revised* (SLCS-R) untuk mengukur *self-esteem*. Analisis data menggunakan uji korelasi *Spearman's rho*. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar -0,664 dengan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,01$ ), yang berarti terdapat hubungan negatif yang signifikan dengan kekuatan kuat antara *social comparison* dan *self-esteem*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *social comparison* dan *self-esteem* memiliki keterkaitan yang bermakna secara psikologis, di mana keduanya bergerak dalam arah yang berlawanan pada remaja pengguna Instagram di Kota Manado. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan intervensi psikologis yang bertujuan membantu remaja mengelola kecenderungan membandingkan diri di media sosial guna menjaga kesehatan mental mereka.

**Kata Kunci:** *Social Comparison, Self-Esteem, Remaja, Instagram, Kota Manado*

### ABSTRACT

Instagram is one of the most widely used social media platforms among adolescents, and its use is closely associated with activities of comparing oneself to other users. This phenomenon prompted the researcher to examine the relationship between social comparison and self-esteem among adolescent Instagram users in Manado City. This study employed a quantitative approach with a correlational design. A total of 151 adolescent participants aged 13–18 years were selected using purposive sampling. Data were collected using the Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) to measure social comparison and the Self-Liking and Self-Competence Scale Revised (SLCS-R) to measure self-esteem. Data analysis was conducted using Spearman's rho correlation test. The results showed a correlation coefficient of -0.664 with a significance value of 0.000 ( $p < 0.01$ ), indicating a significant negative relationship with strong magnitude between social comparison and self-esteem. These findings suggest that adolescents with higher tendencies toward social comparison tend to have lower self-esteem. The results of this study can serve as a basis for developing psychological interventions aimed at helping adolescents manage their tendency to compare themselves on social media in order to maintain their mental health.

**Keywords:** *Social Comparison, Self-Esteem, Adolescents, Instagram, Manado City*





## **PENDAHULUAN**

Kehadiran teknologi digital dalam kehidupan kontemporer telah mentransformasi cara individu berinteraksi, mengonsumsi informasi, dan memandang diri mereka sendiri. Perkembangan teknologi yang pesat ini mewajibkan individu untuk mengintegrasikan media sosial ke dalam rutinitas harian mereka sebagai sarana konektivitas utama. Di tingkat global, Instagram telah mengukuhkan posisinya sebagai salah satu platform media sosial paling populer, melintasi berbagai batasan geografis dan demografis. Data terbaru menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform favorit secara global bagi pengguna dari segala usia, yang mencerminkan daya tarik visualnya yang universal (Kemp, 2024). Di Indonesia sendiri, penetrasi platform ini signifikan, dengan laporan yang mencatat bahwa sekitar 45,9% populasi berusia 13 tahun ke atas telah aktif menggunakan Instagram (Kemp, 2025; GoodStats, 2023).

Remaja merupakan kelompok individu yang berada pada fase transisi krusial menuju kematangan, yang rentang usianya berada di antara 13 hingga 18 tahun (Hurlock, 1997; Addzaky, 2024; Izzani et al., 2024). Masa ini ditandai dengan upaya intensif untuk mencari jati diri, di mana mereka memerlukan bimbingan karena keterbatasan wawasan tentang diri sendiri dan lingkungannya serta minimnya pengalaman dalam menentukan arah kehidupan (Marsela & Supriatna, 2019). Secara psikososial, fase ini ditempatkan dalam tahap identitas versus kebingungan identitas, sebuah periode di mana remaja mulai mengeksplorasi identitas pribadi mereka melalui interaksi sosial dan persiapan peran dewasa (Rusuli, 2022; Kamilla et al., 2022). Dalam upaya mengeksplorasi identitas ini, interaksi sosial dan budaya lokal memegang peranan vital dalam membentuk kesehatan mental remaja. Hal ini relevan ketika dikaitkan dengan karakteristik dari wilayah tempat tinggal remaja tersebut, seperti di Kota Manado.

Kota Manado, sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Utara (Daniswari, 2022), memiliki profil sosiokultural yang unik dan dinamis. Salah satu aspek budaya yang paling menonjol tercermin dalam semboyan lokal yang berbunyi "Biar kalah nasi, asal jangan kalah aksi" (Malingkas, 2019). Nilai budaya ini menekankan pentingnya menjaga penampilan luar dan prestise sosial, bahkan jika harus mengorbankan kebutuhan dasar demi mempertahankan gengsi. Prinsip ini mencerminkan sikap materialistis dan egosentris yang mendorong masyarakat, termasuk remaja, untuk terus-menerus membandingkan diri mereka dengan orang lain melalui kepemilikan barang mewah atau penampilan fisik yang menarik (Durandt & Wibowo, 2021). Lingkungan pergaulan dan paparan konten di media sosial seperti Instagram dapat memperburuk tekanan untuk tampil sempurna di hadapan publik digital, yang pada akhirnya membuat remaja rentan mengalami penurunan harga diri atau *self-esteem* akibat ketidakmampuan memenuhi standar hidup yang tidak realistis (Harfiani & Putri, 2023).

*Self-esteem* didefinisikan sebagai sikap evaluatif individu terhadap diri mereka secara menyeluruh, yang mencakup penilaian positif maupun negatif serta tingkat kepercayaan terhadap kemampuan yang dimiliki (Tafarodi & Swann, 1995). Konstruk psikologis ini berfungsi sebagai cermin yang merefleksikan bagaimana seseorang memandang nilai diri mereka dan bagaimana mereka percaya orang lain memberikan penilaian terhadap mereka. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung menghargai diri mereka sendiri dan merasa layak tanpa merasa superior, sementara mereka dengan *self-esteem* rendah sering menunjukkan penolakan dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri, yang memicu pembentukan citra diri negatif (Rosenberg, 2015). Dalam perspektif yang lebih spesifik, *self-esteem* terdiri dari dua dimensi utama, yaitu *self-competence* yang merupakan kepuasan terhadap kemampuan diri, dan *self-liking* yang merupakan penerimaan diri secara positif (Tafarodi & Swann, 1995; Tafarodi & Swann, 2001).



Berdasarkan survei pra-penelitian yang dilakukan terhadap remaja di Kota Manado, terungkap fenomena yang mengkhawatirkan terkait dinamika harga diri mereka. Data menunjukkan bahwa sebanyak 94,4% responden merasa tidak diterima apabila tidak mendapatkan validasi eksternal berupa pujian atau pengakuan dari orang lain, yang mengindikasikan ketergantungan yang tinggi pada penilaian luar sebagai sumber rasa berharga. Selain itu, 61,1% responden merasa tidak yakin dengan pendapat mereka sendiri jika berbeda dengan mayoritas, dan 66,7% merasa tidak mampu menyaingi kesuksesan orang lain yang mereka saksikan di media sosial. Pola ini menandakan bahwa *self-esteem* remaja di Manado cenderung rapuh karena dipengaruhi oleh proses perbandingan sosial atau *social comparison* serta penilaian dari lingkungan sekitar.

Pembentukan *self-esteem* dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *reflected appraisals* atau bagaimana kita berpikir orang lain melihat kita, dan *social comparisons* atau bagaimana kita menilai diri dibandingkan orang lain (Rosenberg, 2015). Dalam konteks penggunaan Instagram, *social comparison* menjadi faktor yang paling dominan karena platform ini secara inheren memfasilitasi pengguna untuk memantau kehidupan orang lain secara visual (Harfiani & Putri, 2023). *Social comparison* sendiri merupakan proses di mana individu menilai diri mereka dengan membandingkan pendapat, kemampuan, atau karakteristik mereka terhadap orang lain. Terdapat dua aspek utama dalam perilaku ini, yaitu *opinion comparison* yang bertujuan untuk mendapatkan validasi pemikiran, dan *ability comparison* yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja atau keterampilan pribadi (Festinger, 1954).

Instagram, dengan algoritma yang memprioritaskan konten visual berstandar estetika tinggi (Susanto et al., 2023), sering kali menjebak remaja dalam *upward social comparison*, yaitu perilaku membandingkan diri dengan mereka yang dianggap lebih sukses atau lebih menarik. Proses ini dapat memicu perasaan inferior dan menurunkan *self-esteem* karena adanya kesenjangan antara realitas kehidupan remaja dengan gambaran ideal yang dikurasi secara ketat oleh pengguna lain (Wang et al., 2017). Temuan pra-penelitian mengenai perbandingan sosial di Manado menunjukkan bahwa 61,1% remaja sering membandingkan pendapat pribadi, dan 55,6% aktif membandingkan prestasi akademik mereka dengan orang lain. Tekanan ini semakin diperparah oleh budaya lokal yang mementingkan aksi, sehingga remaja merasa terbebani untuk mencapai standar hidup yang ditampilkan di layar gawai. Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara perbandingan sosial dan harga diri menunjukkan hasil yang bervariasi. Terdapat temuan bahwa pada siswa dengan motivasi tinggi, perbandingan sosial terkadang dikategorikan sedang dan dipandang positif (Sari & Mulawarman, 2021). Namun, mayoritas studi secara konsisten menemukan adanya korelasi negatif yang signifikan, di mana peningkatan intensitas perbandingan sosial berbanding lurus dengan penurunan harga diri, seperti yang ditemukan pada pengguna Instagram di Bandar Lampung (Harfiani & Putri, 2023) serta pada pengguna media sosial berbasis video pendek (Lusiana, 2024; Yulianto & Virilia, 2023). Ketidakkonsistenan ini menunjukkan adanya pengaruh konteks wilayah dan karakteristik pengguna yang berbeda-beda, sehingga penelitian di Kota Manado dengan latar budaya menjadi relevan.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada perlunya memahami dinamika psikologis remaja di Kota Manado yang tumbuh dalam tekanan budaya lokal sekaligus tekanan digital global. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi variabel konteks budaya Manado dengan penggunaan Instagram sebagai ruang pembentukan identitas remaja akhir. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana kecenderungan membandingkan diri di media sosial berkontribusi terhadap fluktuasi harga diri remaja, serta





menyediakan data dasar bagi pengembangan intervensi psikologis yang tepat sasaran untuk menjaga kesejahteraan mental remaja di era digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai kerangka kerja utama untuk menganalisis hubungan antar variabel secara objektif. Penggunaan metode kuantitatif didasarkan pada prinsip bahwa fenomena psikologis dapat diukur melalui instrumen yang terstandarisasi dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2019). Desain penelitian yang diterapkan adalah korelasional, yang bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi pada variabel perbandingan sosial berhubungan dengan variasi pada variabel harga diri tanpa adanya manipulasi eksperimental terhadap subjek.

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama yang dianalisis hubungannya. Variabel bebas atau independen adalah *social comparison*, sedangkan variabel terikat atau dependen adalah *self-esteem*. Untuk memastikan akurasi pengukuran, definisi operasional dari masing-masing variabel ditetapkan. *Self-esteem* atau harga diri didefinisikan sebagai sikap evaluatif individu terhadap diri mereka sendiri, yang mencakup aspek afektif berupa perasaan suka terhadap diri atau *self-liking*, dan aspek kognitif berupa keyakinan akan kompetensi diri atau *self-competence* (Tafarodi & Swann, 1995). Pengukuran variabel ini dilakukan menggunakan skala *Self-Liking/Self-Competence Scale Revised* (SLCS-R) yang diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia (Tafarodi & Swann, 2001). Instrumen pengukur ini tersusun dari pernyataan-pernyataan dengan format Likert yang mencakup dimensi kepuasan terhadap kemampuan pribadi dan penerimaan karakter diri. Pada variabel *social comparison*, perbandingan sosial didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk mengevaluasi opini dan kemampuan diri dengan membandingkannya terhadap orang lain (Festinger, 1954). Konstruk ini diukur dengan menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang mencakup aspek perbandingan keyakinan atau sikap dan perbandingan pencapaian atau kompetensi (Gibbons & Buunk, 1999). Skala ini juga menggunakan format Likert, di mana skor yang tinggi mencerminkan intensitas perbandingan sosial yang tinggi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja berusia 13 hingga 18 tahun yang berdomisili di Kota Manado dan merupakan pengguna aktif platform Instagram. Mengingat populasi yang bersifat dinamis dan luas, peneliti menetapkan teknik *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel, yaitu sebuah metode non-probabilitas yang memungkinkan peneliti memilih partisipan secara sengaja berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh bersifat representatif (Sugiyono, 2019). Kriteria inklusi yang ditetapkan bagi sampel penelitian ini meliputi remaja laki-laki atau perempuan berusia 13 sampai 18 tahun, bertempat tinggal di wilayah administratif Kota Manado, dan telah menggunakan Instagram secara aktif minimal dalam tiga bulan terakhir. Berdasarkan proses pengumpulan data, diperoleh total 151 responden yang memenuhi kriteria tersebut. Distribusi demografis partisipan mencakup berbagai tingkat usia dari 13 hingga 18 tahun, jenis kelamin, persebaran domisili kecamatan, serta status pendidikan, dengan mayoritas berada pada rentang usia 17 hingga 18 tahun yang berstatus sebagai pelajar sekolah menengah atas atau mahasiswa tahun pertama dan sudah menggunakan Instagram lebih dari satu tahun.

Data dikumpulkan melalui kuesioner elektronik yang disebarluaskan secara daring. Sebelum digunakan dalam pengambilan data utama, kedua instrumen telah melalui uji coba untuk menilai kualitas daya diskriminasi item dan reliabilitas. Uji daya diskriminasi item





menggunakan kriteria *corrected item-total correlation* dengan batas minimum korelasi 0,30. Berdasarkan pengujian, terdapat satu item pada skala *self-esteem* dan dua item pada skala *social comparison* yang dinyatakan gugur karena memiliki nilai korelasi di bawah standar, sehingga hanya item-item yang valid yang digunakan. Selanjutnya, uji reliabilitas dihitung menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua skala memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, sehingga instrumen dipastikan layak dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

Prosedur analisis data dimulai dengan melakukan uji asumsi untuk menentukan jenis statistik yang akan digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji normalitas dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk melihat apakah data pada kedua variabel terdistribusi secara normal. Selain itu, dilakukan uji linearitas untuk memeriksa apakah hubungan antara variabel bebas dan terikat membentuk pola garis lurus. Hasil uji asumsi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tidak bersifat linear dan data tidak berdistribusi normal, sehingga peneliti beralih menggunakan teknik statistik *non-parametrik*. Pada tahap pengujian hipotesis, analisis dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Spearman's Rho*. Teknik ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antara dua variabel tanpa harus memenuhi asumsi normalitas dan linearitas data. Melalui analisis ini, peneliti menghitung koefisien korelasi untuk menentukan arah dan kekuatan hubungan, serta nilai signifikansi untuk membuktikan apakah hubungan tersebut bermakna secara statistik atau tidak. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk memastikan akurasi hasil analisis.

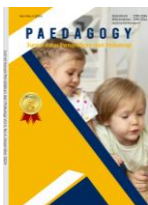
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 151 remaja yang berdomisili di Kota Manado. Pengambilan data dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner yang menjangkau berbagai lapisan masyarakat remaja, mulai dari pelajar sekolah menengah hingga mahasiswa tingkat awal. Karakteristik demografis partisipan memberikan konteks yang penting untuk memahami sejauh mana hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan. Distribusi usia partisipan menunjukkan bahwa remaja berusia 18 tahun merupakan kelompok terbesar, diikuti oleh usia 17 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa subjek penelitian sebagian besar sedang berada pada masa transisi pendidikan, sebuah periode yang sering kali melibatkan tekanan sosial yang tinggi baik dalam aspek akademik maupun penampilan sosial. Kehadiran partisipan dari usia 13 hingga 18 tahun memastikan bahwa spektrum perkembangan remaja, mulai dari awal hingga akhir, terwakili dalam data ini. Ditinjau dari perspektif jenis kelamin, terdapat dominasi partisipan perempuan yang mencapai 74,8% dari total sampel. Ketimpangan jumlah antara laki-laki dan perempuan ini mencerminkan tren di mana remaja perempuan cenderung lebih aktif dalam menggunakan platform media sosial berbasis visual seperti Instagram dan lebih bersedia berpartisipasi dalam penelitian mengenai kesejahteraan psikologis. Dominasi perempuan dalam sampel ini juga relevan dengan literatur yang menyatakan bahwa perempuan lebih rentan terhadap tekanan perbandingan sosial terkait standar kecantikan dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial.

Sebaran domisili partisipan mencakup seluruh kecamatan di Kota Manado, dengan jumlah terbanyak berasal dari Kecamatan Malalayang dan Mapanget. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak hanya terkonsentrasi pada satu area tertentu, melainkan merepresentasikan dinamika remaja dari berbagai wilayah geografis di kota tersebut, termasuk wilayah yang





memiliki karakteristik urban yang kental hingga wilayah yang lebih tenang. Tingkat pendidikan partisipan didominasi oleh pelajar SMA/Sederajat (66,9%), yang merupakan kelompok usia paling aktif dalam pencarian identitas diri. Selain itu, data mengenai lama penggunaan Instagram menunjukkan bahwa 71,5% partisipan telah menggunakan platform tersebut selama lebih dari satu tahun. Durasi penggunaan yang lama ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan telah terpapar secara kronis pada mekanisme algoritma Instagram yang mempromosikan konten-konten idealis, yang kemudian memicu kebiasaan perbandingan sosial yang menetap.

Analisis deskriptif memberikan gambaran mengenai sebaran skor variabel *social comparison* dan *self-esteem*. Variabel *self-esteem* memiliki nilai rata-rata sebesar 38,65 dengan standar deviasi 7,342, menunjukkan adanya variasi yang cukup luas dalam cara remaja Manado menilai diri mereka sendiri. Di sisi lain, variabel *social comparison* menunjukkan nilai rata-rata 30,22, yang menandakan kecenderungan moderat bagi remaja untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain di Instagram. Selengkapnya, hasil analisis statistik deskriptif variabel *self-esteem* dan *social comparison* disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Self-Esteem dan Social Comparison**

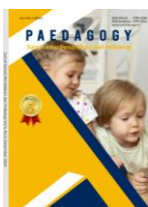
| Variabel          | N   | Min | Max | Mean  | SD    |
|-------------------|-----|-----|-----|-------|-------|
| Self-Esteem       | 151 | 22  | 52  | 38.65 | 7.342 |
| Social Comparison | 151 | 18  | 43  | 30.22 | 6.386 |

Berdasarkan Tabel 1, hasil statistik deskriptif menunjukkan gambaran umum mengenai sebaran skor variabel *self-esteem* dan *social comparison* pada partisipan penelitian. Melalui kategorisasi data, terlihat bahwa sebagian besar partisipan berada pada kategori sedang untuk kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena perbandingan sosial merupakan bagian dari keseharian mayoritas remaja, namun hanya sebagian kecil yang berada pada tingkat ekstrem (tinggi). Demikian pula dengan harga diri, di mana mayoritas remaja memiliki penilaian diri yang cukup stabil namun masih rentan terhadap pengaruh eksternal. Distribusi kategorisasi variabel *social comparison* secara lebih rinci disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Kategorisasi Data Social Comparison**

| Kategori Social Comparison | Interval                 | Frekuensi | Persentase |
|----------------------------|--------------------------|-----------|------------|
| Rendah                     | $(X < 23,83)$            | 26        | 17,2%      |
| Sedang                     | $(23,83 \leq X < 36,60)$ | 93        | 61,6%      |
| Tinggi                     | $(X \geq 36,60)$         | 32        | 21,2%      |

Mengacu pada Tabel 2, sebagian besar partisipan berada pada kategori sedang untuk variabel *social comparison* (61,6%), diikuti kategori tinggi (21,2%) dan kategori rendah (17,2%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas remaja memiliki kecenderungan melakukan perbandingan sosial pada tingkat sedang dalam penggunaan Instagram. Selanjutnya, untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat harga diri (*self-esteem*) partisipan, dilakukan kategorisasi menggunakan kriteria yang sama. Hasil kategorisasi variabel *self-esteem* selengkapnya disajikan pada Tabel 3.



**Tabel 3. Kategorisasi Data Self-Esteem**

| Kategori Self-Esteem | Interval           | Frekuensi | Persentase |
|----------------------|--------------------|-----------|------------|
| Rendah               | $(X < 30)$         | 23        | 15,2%      |
| Sedang               | $(30 \leq X < 44)$ | 98        | 64,9%      |
| Tinggi               | $(X \geq 45)$      | 30        | 19,9%      |

Hasil kategorisasi pada Tabel 3 mengonfirmasi bahwa meskipun secara kolektif remaja di Kota Manado tidak berada dalam kondisi krisis harga diri yang akut, terdapat segmen signifikan yang melakukan perbandingan sosial tinggi dan memiliki harga diri rendah. Pola ini mengarahkan analisis pada pentingnya memahami kaitan antara kedua variabel tersebut. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, dilakukan serangkaian uji asumsi untuk menentukan metode statistik yang paling tepat. Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa data untuk kedua variabel tidak berdistribusi normal, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 dan 0,001 ( $p < 0,05$ ). Selain itu, uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* tidak mengikuti pola garis lurus yang sempurna, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,002 ( $p < 0,05$ ). Hasil uji normalitas dan uji linearitas secara lengkap disajikan pada Tabel 4 dan Tabel 5.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

|                        |                | Self-Esteem | Social Comparison |
|------------------------|----------------|-------------|-------------------|
| N                      |                | 151         | 151               |
| Normal                 | Mean           | 38.65       | 30.22             |
| Parameters             | Std, Deviation | 7.342       | 6.386             |
| Most Extreme           | Absolute       | .127        | .097              |
| Differences            | Positive       | .083        | .097              |
|                        | Negative       | -.127       | -.081             |
| Test Statistic         |                | .127        | .097              |
| Asymp. Sig. (2-tailed) |                | .000        | .001              |

**Tabel 5. Hasil Uji Linearitas**

|                       |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig. |
|-----------------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| Self-Esteem           | (Combined)               | 5322.943       | 25 | 212.918     | 9.631   | .000 |
| m - Social Comparison | Between Groups           | 4110.044       | 1  | 4110.044    | 185.911 | .000 |
|                       | Deviation from Linearity | 1212.899       | 24 | 50.537      | 2.286   | .002 |

|                      |              |     |        |
|----------------------|--------------|-----|--------|
| <i>Within Groups</i> | 2763.<br>454 | 125 | 22.108 |
| <i>Total</i>         | 8086.<br>397 | 150 |        |

Karena asumsi parametrik tidak terpenuhi, maka analisis dilanjutkan dengan uji korelasi *Spearman's rho*. Hasil uji korelasi menunjukkan koefisien korelasi sebesar -0,664 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan kriteria statistik, nilai ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan dan kuat antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Kota Manado. Hasil uji korelasi *Spearman's rho* secara lengkap disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Uji Korelasi *Spearman's Rho***

|                       |                                | <i>Self-Esteem</i> | <i>Social Comparison</i> |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------|
| <i>Spearman's rho</i> | <i>Self-Esteem</i>             |                    |                          |
|                       | <i>Correlation Coefficient</i> | 1.000              | -.664                    |
|                       | <i>Sig. (2-tailed)</i>         | .                  | .000                     |
|                       | <i>N</i>                       | 151                | 151                      |
|                       | <i>Social Comparison</i>       |                    |                          |
|                       | <i>Correlation Coefficient</i> | -.664              | 1.000                    |
|                       | <i>Sig. (2-tailed)</i>         | .000               | .                        |
|                       | <i>N</i>                       | 151                | 151                      |

Sesuai dengan Tabel 6 di atas, tanda negatif pada koefisien korelasi mengindikasikan hubungan yang berlawanan: semakin sering remaja melakukan perbandingan sosial di Instagram, maka akan semakin rendah tingkat harga diri yang mereka miliki. Sebaliknya, remaja yang memiliki kecenderungan rendah dalam membandingkan diri cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi dan stabil. Kekuatan dikategorikan sebagai korelasi yang kuat, yang menunjukkan bahwa perbandingan sosial merupakan prediktor yang substansial bagi variasi harga diri remaja dalam konteks penggunaan media sosial di Kota Manado

## Pembahasan

Berdasarkan hasil uji korelasi *Spearman's rho*, terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *social comparison* dan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Kota Manado, sehingga temuan ini mendukung penuh hipotesis penelitian. Hubungan negatif ini bermakna bahwa semakin tinggi kecenderungan *social comparison* pada remaja, maka semakin rendah tingkat *self-esteem* mereka. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi *self-esteem* yang terbentuk, maka semakin rendah pula kecenderungan *social comparison* yang dilakukan oleh seseorang.

Temuan penelitian ini sejalan dengan berbagai literatur terdahulu yang secara konsisten menemukan pola hubungan negatif antara *social comparison* dan *self-esteem* dalam konteks interaksi di media sosial. Harfiani dan Putri (2023) menemukan hubungan negatif yang signifikan pada remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung, yang memperkuat fakta bahwa pola ini tidak bersifat lokal melainkan dapat ditemukan di berbagai wilayah di Indonesia



dengan latar belakang budaya yang berbeda. Baun dan Rahayu (2023) juga melaporkan hubungan negatif antara *social comparison* dan *self-esteem* pada pengguna media sosial di Kota Kupang, sehingga semakin memperkuat konsistensi temuan penelitian ini. Hasanati dan Aviani (2020) juga menemukan pola serupa pada rentang usia dewasa awal pengguna Instagram, yang mengindikasikan bahwa hubungan negatif antara kedua variabel ini konsisten terjadi pada platform yang sama melintasi berbagai tahap perkembangan. Fenomena ini juga tidak eksklusif hanya pada Instagram, sebagaimana Lusiana (2024) turut menemukan kaitan negatif yang serupa pada remaja pengguna TikTok, yang menegaskan bahwa dinamika ini mencerminkan dampak luas dari penggunaan platform media sosial berbasis visual secara umum. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Sam et al. (2024) pada pengguna Instagram di Kota Makassar yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan melakukan *social comparison*, maka semakin rendah tingkat *self-esteem* individu. Lebih jauh lagi, Hanifuddin dan Cahyono (2021) menemukan korelasi negatif pada alumni SMA yang menjalani gap year, yang menunjukkan bahwa keterkaitan psikologis antara *social comparison* dan *self-esteem* merupakan kondisi yang konsisten di berbagai fase kehidupan remaja.

Kekuatan korelasi yang signifikan ini dipengaruhi oleh mekanisme platform Instagram yang bertindak sebagai ruang perbandingan visual yang intens. Instagram adalah platform yang secara algoritmik dirancang untuk memfasilitasi perbandingan sosial, di mana pengguna cenderung menampilkan sisi terbaik dan paling ideal dari kehidupan mereka (Susanto et al., 2023). Bagi remaja, representasi visual yang berstandar tinggi ini dengan cepat berubah menjadi standar objektif yang mereka gunakan untuk mengukur nilai diri. Proses ini sejalan dengan konsep dasar perbandingan sosial yang melibatkan evaluasi opini dan evaluasi kemampuan individu terhadap orang lain. Remaja mencari validasi atas gaya hidup mereka, dan ketika dihadapkan pada prestasi, popularitas, atau penampilan fisik orang lain yang tampak lebih sempurna, muncul perasaan tidak kompeten. Hal ini diperkuat oleh durasi penggunaan, di mana mayoritas partisipan dalam penelitian ini telah menggunakan Instagram lebih dari satu tahun, menciptakan efek akumulatif di mana paparan terus-menerus terhadap konten ideal memicu evaluasi diri sesaat yang berdampak instan pada penurunan harga diri (Burnell et al., 2024).

Dinamika ini menjadi semakin kompleks ketika dipertemukan dengan fase psikologis perkembangan remaja. Berdasarkan teori perkembangan psikososial, sebagian besar partisipan yang berada pada rentang usia 17 hingga 18 tahun sedang melewati fase kritis *identity versus identity confusion*, sebuah masa di mana penilaian terhadap diri sendiri belum sepenuhnya stabil dan bergantung pada referensi eksternal (Rusuli, 2022). Remaja memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap bagaimana orang lain memandang mereka, sebuah konsep yang dikenal sebagai *reflected appraisals*, yang membuat harga diri mereka menjadi reaktif terhadap umpan balik di lingkungan sosialnya. Dalam kondisi pencarian identitas yang masih rapuh ini, remaja lebih sering terjebak dalam *upward social comparison* atau membandingkan diri ke atas dengan individu yang dianggap lebih superior, yang pada akhirnya memicu perasaan inferioritas yang kuat (Wang et al., 2017). Besaran korelasi dalam penelitian ini juga turut diperkuat oleh dominasi partisipan perempuan, yang secara psikologis cenderung lebih rentan mengalami dampak negatif dari perbandingan sosial di media sosial, terutama terkait dengan standar kecantikan dan tekanan penampilan yang berujung pada perasaan tidak berharga (Ariyanti & Purwoko, 2023).

Konteks sosiokultural Kota Manado memberikan dimensi penjelasan yang esensial dan unik terhadap kekuatan hubungan kedua variabel ini. Masyarakat Manado memiliki budaya lokal yang tercermin kuat dalam semboyan "biar kalah nasi, asal jangan kalah aksi", sebuah





prinsip hidup yang menempatkan pemeliharaan prestise sosial, gaya hidup, dan penampilan visual di atas pemenuhan kebutuhan dasar sekalipun (Malingkas, 2019). Nilai-nilai budaya ini mendoktrin remaja untuk selalu memprioritaskan bagaimana mereka dilihat dan dinilai oleh orang lain di sekitarnya. Ketika budaya "aksi" ini bertransformasi ke dalam ruang digital seperti Instagram, kompetisi untuk mendapatkan pengakuan sosial menjadi eksponensial. Remaja dituntut untuk melakukan konformitas dan sering kali terdorong ke arah perilaku konsumtif hanya demi mempertahankan status sosial di mata rekan sebayanya (Durandt & Wibowo, 2021). Remaja yang merasa tidak memiliki "aksi" yang cukup memadai di Instagram akan mengalami degradasi harga diri yang tajam karena mereka tidak hanya merasa tertinggal secara digital, tetapi juga merasa gagal memenuhi standar ekspektasi sosiokultural di komunitasnya.

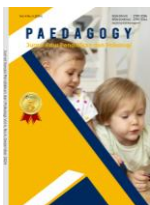
Penurunan harga diri akibat siklus perbandingan sosial ini secara langsung berkontribusi pada dua dimensi mendasar dari evaluasi diri, yaitu *self-competence* dan *self-liking*. Dimensi *self-competence*, yang berkaitan dengan rasa percaya terhadap kemampuan diri, menjadi terkikis ketika remaja terus-menerus mengukur pencapaian hidupnya dengan gambaran kesuksesan orang lain yang tidak realistis (Tafarodi & Swann, 2001). Pada saat yang sama, dimensi *self-liking*, yang merupakan wujud penerimaan dan rasa suka terhadap diri sendiri, ikut terpengaruh ketika remaja merasa daya tarik sosial dan visual mereka berada di bawah standar komunitas Instagram. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Lestari dan Murti (2025) yang menunjukkan bahwa kecenderungan melakukan *social comparison* pada pengguna Instagram berkaitan dengan munculnya berbagai dampak psikologis negatif, termasuk evaluasi diri yang kurang positif.

Hal ini membuktikan bahwa kekuatan hubungan antar variabel bukan hanya ditentukan oleh tingginya skor ekstrem, melainkan oleh konsistensi pola pergerakan di seluruh rentang data. Ini berarti perbandingan sosial di media sosial merupakan pola yang secara universal menekan harga diri remaja Manado secara konsisten, tidak peduli apakah kecenderungan membandingkan diri itu dilakukan dalam frekuensi yang sedang maupun tinggi. Mengingat besarnya dampak dari fenomena ini, diperlukan strategi mitigasi dan intervensi yang komprehensif, karena memutus akses remaja dari media sosial bukanlah solusi yang relevan di era digital. Remaja harus dibekali dengan kemampuan membangun standar internal yang solid dan literasi digital yang mumpuni agar mereka mampu menyaring konten yang bersifat manipulatif secara visual, sekaligus memahami pentingnya membangun identitas kepribadian yang autentik (Simamora et al., 2025). Pendidikan karakter dan dukungan dari keluarga menjadi krusial untuk memberikan validasi nyata yang sehat di luar dunia maya. Terlepas dari temuan yang signifikan, penelitian ini menyadari beberapa keterbatasannya, seperti metode pengumpulan data daring yang rentan terhadap bias subjektivitas, desain korelasional yang tidak mampu menetapkan hubungan sebab-akibat yang absolut, serta ketimpangan proporsi gender partisipan. Selain itu, faktor budaya lokal baru dianalisis secara konseptual dan belum diukur secara kuantitatif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai adanya hubungan negatif yang signifikan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram di Kota Manado. Koefisien korelasi menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan remaja untuk membandingkan dirinya dengan orang lain di Instagram, semakin rendah tingkat harga diri yang mereka miliki. Hasil ini menegaskan bahwa perilaku membandingkan diri di media sosial merupakan faktor risiko utama bagi kesejahteraan psikologis remaja di era digital.



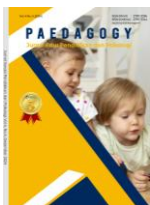


Dinamika ini diperkuat oleh konteks sosiokultural Budaya yang mengutamakan prestise dan penampilan fisik ini menemukan wadahnya di Instagram, sehingga menciptakan tekanan ganda bagi remaja: tekanan untuk memenuhi ekspektasi budaya dan tekanan untuk menyamai standar ideal yang ditampilkan oleh algoritma media sosial. Interaksi antara kerentanan fase perkembangan remaja, tahap pencarian identitas dengan mekanisme platform yang kompetitif secara visual menyebabkan erosi pada dimensi *self-liking* dan *self-competence* remaja.

Temuan ini memiliki implikasi yang luas bagi pengembangan intervensi psikologis dan pendidikan di Kota Manado. Penting bagi orang tua, guru, dan praktisi kesehatan mental untuk menyadari bahwa tantangan yang dihadapi remaja saat ini dipengaruhi oleh ruang digital. Strategi mitigasi harus difokuskan pada peningkatan literasi media digital dan penguatan nilai-nilai autentisitas diri. Remaja perlu didorong untuk membangun harga diri berdasarkan standar internal dan pencapaian nyata di dunia fisik, guna mengurangi ketergantungan pada validasi digital yang sering kali bersifat semu. Penelitian masa depan disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai peran variabel moderator seperti dukungan sosial keluarga dan efikasi diri digital, untuk memahami arah kausalitas hubungan ini secara lebih mendalam. Penelitian ini menjadi pengingat penting bagi seluruh pemangku kepentingan bahwa kesehatan mental remaja di Kota Manado bergantung pada kemampuan mereka dalam menavigasi tekanan perbandingan sosial di tengah budaya yang dinamis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Addzaky, K. U. (2024). Perkembangan peserta didik SMA (Sekolah menengah atas). *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 1(3), 75-85. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jinu/article/view/1532>
- Ariyanti, V., & Purwoko, B. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi self-esteem remaja: Literature review. *Teraputik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(3), 362–368. <https://doi.org/10.26539/teraputik.631389>
- Baun, I. V. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan Social Comparison dengan Self Esteem Dewasa Awal di Kota Kupang yang Mengakses Media Sosial. *Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 8(1), 377-394. <https://doi.org/10.32663/psikodidaktika.v8i1.3545>
- Burnell, K., Trekels, J., Prinstein, M. J., & Telzer, E. H. (2024). Adolescents' social comparison on social media: Links with momentary self-evaluations. *Affective Science*, <https://doi.org/10.1007/s42761-024-00240-6>
- Daniswari, D. (2022, April 6). Profil Kota Manado. *Kompas.com*. <https://regional.kompas.com/read/2022/04/06/202235978/profil-kota-manado>
- Durandt, D. C., & Wibowo, D. H. (2021). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pakaian pada remaja akhir. *Humanlight: Journal of Psychology*, 2(2), 1–12. <https://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/humanlight/article/view/679>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- GoodStats. (2023). Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia 2023. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>



- Hanifuddin, I. M., & Cahyono, R. (2021). Hubungan antara Social Comparison dengan Self Esteem pada Alumni SMA/ sederajat Yang Menjalani Gap Year. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 859–869. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.27032>
- Harfiani, A., & Putri, F. (2023). Self-Esteem Remaja Pengguna Instagram di Bandar Lampung Ditinjau dari Social Comparison. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 3(2), 84–93. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ijobs/article/view/19060>
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan social comparison dengan self-esteem pada pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2391–2399. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/721>
- Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (Edisi ke-5; Istiwidayanti & Soedjarwo, Penerj.). Erlangga.
- Izzani, T. A., Octaria, S., & Linda, L. (2024). Perkembangan masa remaja. *Jispendiora: Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, 3(2), 259–273. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v3i2.1578>
- Kamilla, N. K. N., Saputri, N. A. N. E., Fitriani, N. D. A., Zahrah, N. S. A. A., Andryana, N. P. F., Ayuningtyas, N. I., & Firdausia, N. I. S. (2022). Teori perkembangan psikososial Erik Erikson. *Early Childhood Journal*, 3(2), 77–87. <https://doi.org/10.30872/ecj.v3i2.4835>
- Kemp, S. (2024, January 31). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social. <https://www.meltwater.com/en/blog/digital-2024>
- Kemp, S. (2025, February 25). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Lestari, M. P., & Murti, H. A. S. (2025). Hubungan Social Comparison Dengan Body Dissatisfaction Pada Dewasa Awal Pengguna Instagram. *G-COUNS: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 9(2), 931-943. <https://doi.org/10.31316/g-couns.v9i2.7102>
- Lusiana, V. (2024). Hubungan Social Comparison Dengan Self-Esteem Pada Remaja Pengguna Tik Tok. *Knowledge Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(4), 435–445. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i4.2705>
- Malingkas, J. (2019, June 15). Biar Kalah Nasi Asal Jangan Kalah Aksi. *Kompasiana*. [https://www.kompasiana.com/johanisalbertmalingkaspacaran/5d047a94c01a4c121b151b5e/biar-kalah-nasi-asal-jangan-kalah-aksi?page=all#goog\\_rewarded](https://www.kompasiana.com/johanisalbertmalingkaspacaran/5d047a94c01a4c121b151b5e/biar-kalah-nasi-asal-jangan-kalah-aksi?page=all#goog_rewarded)
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol diri: Definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(2), 65-69. [https://journal.umtas.ac.id/innovative\\_counseling/article/view/567/297](https://journal.umtas.ac.id/innovative_counseling/article/view/567/297)
- Rosenberg, M. (2015). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400876136>
- Rusuli, I. (2022). Psikososial Remaja: Sebuah Sintesa Teori Erick Erikson Dengan Konsep Islam. *Jurnal As-Salam*, 6(1), 75–89. <https://doi.org/10.37249/assalam.v6i1.384>
- Sam, M. M. S., Nurdin, M. N. H., & Piara, M. R. (2024). Hubungan antara Perbandingan Sosial dan Harga Diri Pengguna Instagram Dewasa Awal di Kota Makassar. *Flourishing Journal*, 4(3), 111–118. <https://doi.org/10.17977/um070v4i32024p111-118>
- Sari, A. M., & Mulawarman, M. (2021). Kontribusi harga diri dan motivasi berprestasi terhadap perbandingan sosial pada siswa pengguna media sosial. *TERAPUTIK Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(2), 225–236. <https://doi.org/10.26539/teraputik.52732>



- Simamora, S. C., Bima, Saputri, Y., Purba, C., & Romiaty. (2025). Perkembangan kepribadian pada remaja: membangun identitas. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 2(3), 251–259. <https://journal.pipuswina.com/index.php/jippsi/article/view/170/95>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Susanto, G., Evelyn, R., Leo, D., & Felicio, H. (2023). Pemanfaatan algoritma TikTok dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahanan Pendidikan*, 9(22), 482–491. <https://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/5523>
- Tafarodi, R. W., & Swann, W. B., Jr. (1995). Self-liking and self-competence as dimensions of global self-esteem: Initial validation of a measure. *Journal of Personality Assessment*, 65(2), 322–342. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6502\\_8](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6502_8)
- Tafarodi, R., & Swann, W. (2001). Two-dimensional self-esteem: theory and measurement. *Personality and Individual Differences*, 31(5), 653–673. [https://doi.org/10.1016/s0191-8869\(00\)00169-0](https://doi.org/10.1016/s0191-8869(00)00169-0)
- Wang, J.-L., Wang, H.-Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The mediating roles of upward social comparison and self-esteem and the moderating role of social comparison orientation in the association between social networking site usage and subjective well-being. *Frontiers in Psychology*, 8, 771. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771>
- 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>

