



PENGARUH *SOCIAL COMPARISON* TERHADAP *SELF-ESTEEM* PADA GENERASI Z

Najwa Azzahra¹, Rizqi Amalia Aprianty², Dyta Setiawati Hariyono³

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Banjarmasin^{1,2,3}

e-mail: nazwaazzahra313@gmail.com¹, rizqiamalia@umbjm.ac.id²,

setiawati.psikologi@umbjm.ac.id³

Diterima: 28/6/2026; Direvisi: 4/7/2026; Diterbitkan: 12/7/2026

ABSTRAK

Ruang digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z, sehingga proses membandingkan diri dengan orang lain melalui *social media* semakin sering terjadi dan berpotensi memengaruhi cara individu menilai dirinya. Kondisi tersebut mendorong penelitian ini untuk mengeksplorasi pengaruh *social comparison* terhadap *self-esteem* pada Generasi Z yang aktif menggunakan *social media*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan korelasional yang melibatkan 106 mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin. Responden dipilih melalui teknik *non-probability sampling*, sedangkan pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen *social comparison* dan *self-esteem* yang telah memenuhi kriteria reliabilitas. Analisis data dilakukan melalui uji normalitas, uji korelasi *Pearson*, dan uji regresi linear sederhana menggunakan perangkat lunak statistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa data berdistribusi normal serta terdapat hubungan positif yang signifikan antara *social comparison* dan *self-esteem*. Analisis regresi juga mengonfirmasi bahwa *social comparison* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *self-esteem*. Meskipun demikian, besarnya kontribusi variabel tersebut belum sepenuhnya menjelaskan variasi *self-esteem*, sehingga mengindikasikan keterlibatan faktor psikologis maupun sosial lainnya. Temuan ini memperkaya pemahaman mengenai dinamika evaluasi diri pada Generasi Z dengan menunjukkan bahwa pengalaman membandingkan diri di lingkungan digital menjadi salah satu proses yang berperan dalam pembentukan *self-esteem*, sekaligus membuka peluang pengembangan penelitian dengan model yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: *Social Comparison, Self-Esteem, Generasi Z, Social Media*

ABSTRACT

Digital environments have become an integral part of Generation Z's daily lives, increasing opportunities for *social comparison* through *social media* and shaping how individuals evaluate themselves. Against this background, the present study examined the influence of *social comparison* on *self-esteem* among Generation Z individuals who actively use *social media*. A quantitative correlational approach was employed, involving 106 Generation Z university students residing in Banjarmasin, Indonesia. Participants were recruited using a *non-probability sampling* technique, while data were collected through reliable *social comparison* and *self-esteem* instruments. Data were analyzed using normality testing, Pearson correlation analysis, and simple linear regression with statistical software. The findings indicated that the data were normally distributed and revealed a significant positive relationship between *social comparison* and *self-esteem*. Furthermore, the regression analysis confirmed that *social comparison* significantly predicted *self-esteem*. Nevertheless, the contribution of *social comparison* was not sufficient to explain the overall variation in *self-esteem*, suggesting that additional





psychological and social factors are also involved. These findings provide further empirical evidence that self-evaluation among Generation Z is shaped, in part, by ongoing comparison processes within digital environments and highlight the need for future studies to incorporate broader explanatory variables in understanding *self-esteem*.

Keywords: *Social Comparison, Self-Esteem, Generation Z, Social Media.*

PENDAHULUAN

Kehidupan sehari-hari Generasi Z berlangsung dalam lingkungan digital yang menjadikan *social media* sebagai bagian dari aktivitas sosial, akademik, sekaligus pembentukan identitas diri. Ruang digital tidak lagi hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi tempat individu mengamati pencapaian, gaya hidup, opini, dan penampilan orang lain yang terus diperbarui setiap saat. Arus informasi yang berlangsung tanpa jeda tersebut memperluas kesempatan untuk melakukan evaluasi diri melalui pengamatan terhadap orang lain. Dalam situasi seperti ini, proses mengenali diri tidak sepenuhnya dibentuk oleh pengalaman personal, tetapi juga dipengaruhi oleh representasi kehidupan yang muncul di ruang digital. Mustafa et al. (2024) serta Ananda et al. (2024) menggambarkan bahwa kondisi tersebut menjadikan Generasi Z lebih rentan mengaitkan penilaian terhadap dirinya dengan standar sosial yang berkembang di *social media*, sehingga dinamika *self-esteem* menjadi semakin kompleks untuk dipahami.

Di tengah perubahan tersebut, *self-esteem* merefleksikan bagaimana individu memandang nilai dan keberhargaan dirinya ketika berhadapan dengan berbagai tuntutan sosial yang terus berkembang. Penilaian positif terhadap diri sendiri berkaitan dengan kemampuan beradaptasi, rasa percaya diri, dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik, sedangkan penilaian yang negatif sering kali diikuti oleh keraguan terhadap kemampuan diri, perasaan tidak memadai, dan kesulitan menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Bagi Generasi Z yang sedang berada pada masa transisi menuju dewasa, proses pembentukan *self-esteem* menjadi semakin dinamis karena berlangsung bersamaan dengan meningkatnya paparan terhadap berbagai bentuk validasi sosial di ruang digital. Nabilla et al. (2024) menunjukkan bahwa kondisi *self-esteem* pada remaja masih memerlukan perhatian karena berkaitan dengan kemampuan individu menghadapi tuntutan perkembangan pada berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, pembahasan mengenai *self-esteem* tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial tempat individu membangun persepsi mengenai dirinya.

Salah satu mekanisme psikologis yang banyak muncul dalam lingkungan digital adalah *social comparison*, yaitu kecenderungan individu mengevaluasi kemampuan, pencapaian, maupun karakteristik dirinya dengan menjadikan orang lain sebagai acuan (Firdaus et al., 2023). Intensitas penggunaan *social media* memperluas peluang terjadinya proses tersebut karena individu terus dihadapkan pada beragam informasi mengenai kehidupan orang lain. Meski demikian, konsekuensi dari *social comparison* tidak selalu mengarah pada pengalaman psikologis yang sama. Swari dan Tobing (2024) menjelaskan bahwa dampaknya sangat dipengaruhi oleh cara individu memaknai hasil perbandingan yang dilakukan. Oleh karena itu, hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* tidak cukup dijelaskan melalui frekuensi penggunaan *social media* semata, tetapi perlu dipahami sebagai proses psikologis yang dipengaruhi oleh karakteristik individu serta konteks sosial tempat interaksi tersebut berlangsung.

Kompleksitas hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* tercermin dari temuan empiris yang hingga kini masih memperlihatkan arah dan kekuatan hubungan yang beragam.





Pada sebagian penelitian, kecenderungan membandingkan diri dikaitkan dengan perubahan pada cara individu mengevaluasi dirinya, terutama pada kelompok dewasa awal yang sedang menjalani berbagai proses perkembangan. Baun dan Rahayu (2023) serta Hanifuddin dan Cahyono (2021) memperlihatkan adanya keterkaitan antara *social comparison* dan *self-esteem*, sementara Mustafa et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan *social media* menjadi konteks yang tidak dapat dipisahkan dari hubungan tersebut pada remaja. Di sisi lain, Lee (2022) memandang bahwa pengaruh *social comparison* terhadap kesejahteraan psikologis berlangsung melalui mekanisme yang melibatkan *self-esteem* dan persepsi dukungan sosial. Perspektif yang berbeda juga disampaikan oleh Nguyen et al. (2025), yang menunjukkan bahwa variasi *self-esteem* turut dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti adiksi *social media*, narsisme, serta karakteristik kepribadian. Beragam temuan tersebut mengisyaratkan bahwa proses evaluasi diri merupakan fenomena yang tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan berkembang melalui interaksi berbagai kondisi psikologis dan pengalaman sosial yang dialami individu.

Perkembangan kajian mengenai *social comparison* juga menunjukkan bahwa topik ini semakin mendapat perhatian dalam disiplin psikologi maupun komunikasi (Noza et al., 2025). Meskipun demikian, fokus penelitian masih lebih banyak diarahkan pada remaja secara umum, pengguna *social media*, atau kelompok dewasa awal di luar konteks mahasiswa Generasi Z. Aisyah (2025), misalnya, telah mengkaji pengaruh *social comparison* terhadap *self-esteem* pada Generasi Z pengguna Instagram, tetapi karakteristik responden tersebut belum sepenuhnya merepresentasikan mahasiswa yang menghadapi tuntutan akademik, penyesuaian sosial, dan persiapan memasuki dunia kerja secara bersamaan. Selain itu, konteks lokal tempat individu menjalani aktivitas sosial digital masih relatif jarang menjadi perhatian, padahal lingkungan sosial dan budaya dapat membentuk cara seseorang menafsirkan pengalaman, melakukan evaluasi diri, serta memaknai hasil perbandingan sosial. Dengan demikian, ruang pengembangan penelitian tidak hanya terletak pada perluasan karakteristik responden, tetapi juga pada kebutuhan untuk memahami hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* dalam konteks sosial yang lebih spesifik agar interpretasi terhadap temuan empiris menjadi lebih kontekstual.

Mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin menjadi konteks yang relevan untuk memahami dinamika tersebut karena berada pada fase perkembangan yang ditandai oleh meningkatnya tuntutan akademik, perluasan relasi sosial, serta persiapan memasuki dunia kerja. Pada periode ini, proses evaluasi diri tidak hanya berlangsung melalui pengalaman langsung di lingkungan kampus, tetapi juga melalui paparan yang terus-menerus terhadap berbagai informasi di *social media*, seperti pencapaian akademik, aktivitas organisasi, peluang karier, maupun kehidupan personal teman sebaya. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa lebih sering dihadapkan pada situasi yang mendorong munculnya *social comparison*, sementara pada saat yang sama mereka masih membangun keyakinan terhadap kemampuan dan nilai dirinya. Karakteristik perkembangan tersebut memberikan ruang yang tepat untuk menelaah bagaimana *social comparison* berkaitan dengan *self-esteem* dalam kehidupan mahasiswa Generasi Z, khususnya pada konteks sosial dan budaya Kota Banjarmasin yang memiliki dinamika berbeda dengan wilayah lain.

Bertolak dari kondisi tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis pengaruh *social comparison* terhadap *self-esteem* pada mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin. Fokus tersebut menawarkan perspektif yang berbeda dari penelitian sebelumnya karena menempatkan mahasiswa sebagai kelompok yang menghadapi tuntutan akademik, sosial, dan



persiapan karier secara simultan dalam lingkungan digital yang semakin intensif. Selain menghadirkan konteks lokal yang masih terbatas dikaji, penelitian ini diharapkan memperkaya bukti empiris mengenai hubungan kedua variabel pada populasi mahasiswa Generasi Z sekaligus memperluas pemahaman tentang dinamika psikologis yang berkembang pada fase transisi menuju dewasa awal. Temuan penelitian juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan program pendampingan dan promosi kesehatan psikologis di lingkungan perguruan tinggi yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Sejalan dengan tujuan tersebut, hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *self-esteem* pada mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

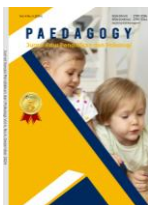
Penelitian ini dilaksanakan untuk mengeksplorasi pengaruh *social comparison* terhadap *self-esteem* pada mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin melalui pendekatan kuantitatif dengan rancangan korelasional. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form*, yang hanya dapat diakses setelah responden menyatakan kesediaannya berpartisipasi melalui *informed consent*. Responden yang dilibatkan merupakan mahasiswa Generasi Z yang berdomisili di Kota Banjarmasin, aktif menggunakan *social media*, dan memenuhi seluruh kriteria inklusi yang telah ditetapkan. Karena karakteristik tersebut tidak memungkinkan penentuan sampel secara acak, rekrutmen dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Jumlah responden ditetapkan sebanyak 106 orang berdasarkan analisis menggunakan *GPower** versi 3.1.9.7 dengan *effect size* 0,240, tingkat signifikansi (α) 0,05, *power* 0,80, dan satu prediktor. Dalam penelitian ini, *social comparison* diposisikan sebagai variabel bebas, sedangkan *self-esteem* sebagai variabel terikat.

Pengukuran kedua variabel dilakukan menggunakan instrumen yang telah banyak digunakan dalam kajian psikologi. Kecenderungan *social comparison* diidentifikasi melalui *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang terdiri atas 11 butir dengan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,848, sedangkan *self-esteem* diukur menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang memuat 10 butir pernyataan. Kedua instrumen terlebih dahulu diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia melalui proses penerjemahan, penyesuaian bahasa, dan penelaahan oleh ahli guna menjaga kesetaraan makna setiap butir. Hasil pengujian menunjukkan seluruh butir memenuhi kriteria valid berdasarkan korelasi *item-total*, sementara skala RSES memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 yang menunjukkan reliabilitas yang baik. Setelah seluruh respons diperiksa kelengkapannya dan data yang tidak memenuhi kriteria dieliminasi, analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak JASP. Tahapan analisis diawali dengan uji normalitas sebagai pengujian asumsi, kemudian dilanjutkan menggunakan uji korelasi *Pearson* untuk mengidentifikasi hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*, serta uji regresi linear sederhana untuk menguji besarnya pengaruh *social comparison* terhadap *self-esteem*. Seluruh pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara objektif dan sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis diawali dengan pemeriksaan karakteristik data untuk memastikan bahwa teknik statistik yang direncanakan dapat diterapkan secara tepat. Tahap ini menjadi bagian penting



karena kualitas interpretasi hasil sangat dipengaruhi oleh terpenuhinya asumsi dasar analisis parametrik. Pemeriksaan tersebut dilakukan sebelum hubungan maupun pengaruh antarvariabel dianalisis sehingga setiap tahapan berikutnya memiliki dasar statistik yang memadai. Ringkasan hasil pengujian asumsi normalitas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Uji Statistik	Statistik p-value
Kolmogorov-Smirnov 0.054	0.911

Distribusi data pada Tabel 1 memperlihatkan karakteristik yang sesuai dengan persyaratan analisis parametrik sehingga tidak ditemukan indikasi penyimpangan yang dapat memengaruhi proses pengujian selanjutnya. Kondisi ini memberikan keyakinan bahwa pola hubungan antarvariabel dapat dianalisis menggunakan teknik statistik yang telah direncanakan. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, interpretasi terhadap hasil analisis berikutnya dapat dilakukan secara lebih objektif. Atas dasar itu, pengujian dilanjutkan pada tahap identifikasi hubungan antara kedua variabel penelitian.

Setelah kualitas distribusi data dinilai memadai, perhatian penelitian diarahkan pada keterkaitan antara *social comparison* dan *self-esteem*. Analisis hubungan dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai pola keterkaitan kedua konstruk sebelum dilakukan pengujian prediktif. Informasi yang diperoleh dari tahap ini menjadi pijakan dalam menentukan kelayakan penggunaan analisis regresi. Ringkasan hasil uji korelasi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	Pearson's r	p-value
Social Comparison – Self-Esteem	0.318	< 0.001

Pola hubungan yang diperoleh pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa kedua konstruk memiliki keterkaitan yang bermakna secara statistik. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perubahan pada satu konstruk berkaitan dengan perubahan pada konstruk lainnya sehingga hubungan keduanya layak ditelaah lebih lanjut. Meskipun demikian, analisis korelasi belum dapat menjelaskan besarnya kontribusi variabel prediktor terhadap variabel terikat. Oleh sebab itu, pengujian berikutnya diarahkan pada analisis regresi linear sederhana.

Analisis regresi dilakukan untuk memperluas informasi yang telah diperoleh dari uji korelasi. Tahap ini tidak hanya mengevaluasi arah hubungan, tetapi juga menilai kemampuan variabel prediktor dalam menjelaskan variasi pada variabel yang dipengaruhi. Melalui pendekatan tersebut, hipotesis penelitian dapat diuji secara lebih komprehensif. Hasil pengujian regresi linear sederhana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel Prediktor	B	SE	β	t	p	R	R ²	F
Social Comparison	0.338	0.099	0.318	3.418	< 0.001	0.318	0.101	11.68

Model yang dibangun pada Tabel 3 mampu memberikan gambaran mengenai kontribusi *social comparison* terhadap variasi *self-esteem* pada responden penelitian. Walaupun hubungan yang ditemukan terbukti bermakna, kemampuan model dalam menjelaskan keseluruhan variasi



self-esteem masih terbatas sehingga mengindikasikan adanya faktor lain yang belum tercakup dalam penelitian ini. Temuan tersebut sekaligus memperlihatkan bahwa pembentukan *self-esteem* merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai aspek psikologis maupun sosial yang saling berinteraksi. Hasil inilah yang kemudian menjadi landasan untuk menginterpretasikan temuan penelitian secara lebih mendalam pada bagian pembahasan.

Pembahasan

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa *social comparison* merupakan salah satu mekanisme psikologis yang berkontribusi terhadap pembentukan *self-esteem* pada Generasi Z. Hubungan tersebut menjadi semakin relevan ketika ditempatkan dalam konteks kehidupan mahasiswa yang hampir tidak pernah terlepas dari *social media*. Ruang digital menyediakan aliran informasi yang memungkinkan individu terus mengamati pencapaian akademik, aktivitas sosial, gaya hidup, hingga penampilan orang lain. Dalam situasi demikian, proses mengevaluasi diri tidak lagi hanya bersumber dari pengalaman personal, tetapi juga dari representasi kehidupan yang disajikan secara selektif oleh pengguna lain. Dinamika inilah yang menjelaskan mengapa pembentukan *self-esteem* pada Generasi Z berlangsung dalam lingkungan yang sarat dengan peluang melakukan perbandingan sosial. Sejalan dengan *Social Comparison Theory* yang dikemukakan Festinger, individu cenderung menggunakan orang lain sebagai titik acuan ketika standar objektif mengenai dirinya sulit diperoleh. Pada era digital, proses tersebut menjadi semakin intens karena paparan terhadap berbagai bentuk informasi berlangsung secara terus-menerus. Interpretasi ini selaras dengan temuan Johar dan Hasbullah (2024) serta Sam et al. (2024) yang menunjukkan bahwa aktivitas di Instagram berkaitan erat dengan *social comparison* dan *self-esteem*.

Hubungan tersebut tidak dapat dipahami hanya sebagai konsekuensi dari tingginya penggunaan *social media*. Yang lebih menentukan adalah bagaimana individu memberi makna terhadap informasi yang diterimanya. Dua mahasiswa dapat melihat konten yang sama, tetapi menghasilkan evaluasi diri yang berbeda karena pengalaman, keyakinan, serta cara mereka menafsirkan perbandingan tersebut tidak selalu serupa. Ketika pencapaian orang lain dipersepsikan sebagai ancaman terhadap kompetensi diri, penilaian terhadap diri sendiri cenderung melemah. Sebaliknya, apabila perbandingan dipandang sebagai sumber inspirasi atau motivasi, dampak negatif terhadap *self-esteem* dapat diminimalkan, bahkan berubah menjadi pengalaman yang adaptif. Perspektif tersebut memperlihatkan bahwa *social comparison* merupakan proses interpretatif, bukan sekadar respons otomatis terhadap paparan media. Penjelasan ini juga sejalan dengan Nasidi et al. (2024) yang menunjukkan keterkaitan penggunaan TikTok dengan *social comparison* dan *self-esteem* pada remaja serta dewasa muda.

Pemaknaan tersebut sekaligus membantu menjelaskan mengapa *social comparison* sering kali menjadi penghubung antara pengalaman digital dan kondisi psikologis individu. Kavakli dan Ünal (2021) menunjukkan bahwa mekanisme ini berperan dalam hubungan antara *social media addiction*, *self-esteem*, dan rasa keterikatan sosial. Temuan serupa disampaikan oleh Samra et al. (2022), yang menjelaskan bahwa *social comparison* dapat menjembatani hubungan antara penggunaan *social media* yang bermasalah dan munculnya kondisi psikologis seperti depresi. Dengan demikian, pengaruh yang ditemukan dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai bagian dari proses adaptasi psikologis terhadap lingkungan digital daripada sekadar hubungan langsung antarvariabel. Aktivitas di ruang digital menghadirkan berbagai stimulus sosial yang terus berubah, sementara individu secara simultan berusaha mempertahankan



penilaian positif terhadap dirinya. Interaksi antara kedua proses tersebut membentuk dinamika *self-esteem* yang jauh lebih kompleks dibandingkan yang tampak pada permukaan.

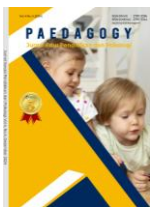
Kompleksitas tersebut semakin terlihat ketika perhatian diarahkan pada karakteristik visual *social media*. Platform seperti Instagram memberikan ruang yang luas bagi pengguna untuk menampilkan citra diri yang telah dipilih dan dikurasi, sehingga peluang munculnya perbandingan terhadap aspek fisik, gaya hidup, maupun keberhasilan sosial menjadi lebih besar. Taylor dan Armes (2024) menunjukkan bahwa *social comparison* di Instagram tidak hanya berkaitan dengan *self-esteem*, tetapi juga dengan *body-esteem*. Artinya, evaluasi terhadap diri berkembang melampaui aspek kemampuan atau prestasi, kemudian meluas pada dimensi identitas yang lebih personal. Dalam kehidupan mahasiswa Generasi Z, kondisi tersebut dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya sebagai pelajar, calon profesional, maupun anggota lingkungan sosial tertentu. Oleh karena itu, proses pembentukan *self-esteem* berlangsung melalui pengalaman yang terus dinegosiasikan antara persepsi mengenai diri sendiri dan berbagai standar sosial yang ditemui setiap hari di ruang digital.

Meskipun demikian, temuan penelitian ini juga mengingatkan bahwa *social comparison* bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan kualitas *self-esteem*. Liyoni dan Swandi (2026) menunjukkan bahwa kondisi psikologis remaja pengguna *social media* dipengaruhi oleh berbagai aspek lain yang saling berinteraksi. Hubungan positif antara dukungan sosial dan *self-esteem* yang ditemukan oleh Lestari et al. (2021) memperlihatkan bahwa kualitas relasi interpersonal tetap memiliki kontribusi yang besar terhadap cara individu memandang dirinya. Selain itu, Kanova et al. (2025) menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* juga berpengaruh terhadap *self-esteem* pada Generasi Z pengguna TikTok. Rangkaian temuan tersebut memperlihatkan bahwa pembentukan evaluasi diri merupakan hasil integrasi antara pengalaman digital, karakteristik psikologis, serta kualitas hubungan sosial yang dimiliki individu. Dengan demikian, pengaruh *social comparison* yang ditemukan dalam penelitian ini perlu ditempatkan sebagai salah satu bagian dari sistem yang lebih luas, bukan sebagai penjelasan yang berdiri sendiri.

Perspektif tersebut diperkuat oleh penelitian Voggenreiter et al. (2023) yang menunjukkan bahwa berbagai bentuk umpan balik digital, termasuk *likes*, dapat memengaruhi kesehatan mental pengguna *social media*. Respons yang diterima di ruang digital tidak selalu menghasilkan dampak yang sama karena sangat dipengaruhi oleh interpretasi individu terhadap makna validasi sosial tersebut. Pada sebagian orang, umpan balik positif mampu memperkuat keyakinan terhadap dirinya, sedangkan pada individu lain justru memunculkan kebutuhan untuk terus memperoleh pengakuan sosial. Dalam konteks ini, *social comparison*, validasi sosial, dan proses kognitif saling berinteraksi membentuk pengalaman psikologis yang dinamis. Oleh sebab itu, hubungan antara aktivitas digital dan *self-esteem* tidak dapat dipisahkan dari cara individu mengelola pengalaman sosial yang diperoleh selama berinteraksi di dunia maya.

Pandangan bahwa *self-esteem* bersifat multidimensional juga memperoleh dukungan dari Indriasari et al. (2023), yang menunjukkan bahwa *body image* berkaitan erat dengan *self-esteem*, khususnya pada remaja. Jika berbagai temuan tersebut dipertimbangkan secara bersama-sama, terlihat bahwa evaluasi terhadap diri berkembang melalui perpaduan faktor internal dan eksternal yang saling memengaruhi sepanjang proses perkembangan individu. Penelitian ini memperkaya pemahaman tersebut dengan menghadirkan bukti empiris pada mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin, kelompok yang menghadapi tuntutan akademik, sosial, dan persiapan karier secara bersamaan dalam lingkungan digital yang sangat aktif. Konteks tersebut memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bagaimana *social*





comparison berperan dalam kehidupan mahasiswa, sekaligus memperluas cakupan kajian psikologi perkembangan dan psikologi sosial di Indonesia. Meskipun demikian, masih terbuka peluang untuk mengembangkan model penelitian yang memasukkan variabel lain agar dinamika pembentukan *self-esteem* pada Generasi Z dapat dijelaskan secara lebih komprehensif. Temuan ini juga memberikan dasar empiris bagi pengembangan program literasi digital dan intervensi psikologis di perguruan tinggi yang tidak hanya berfokus pada penggunaan *social media*, tetapi juga pada kemampuan mahasiswa mengelola proses evaluasi diri secara lebih sehat dan adaptif.

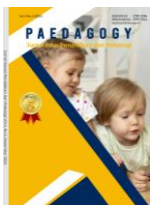
KESIMPULAN

Interaksi yang berlangsung di ruang digital ternyata tidak hanya membentuk pola komunikasi Generasi Z, tetapi juga memengaruhi cara mereka memaknai dirinya sendiri. Penelitian ini memperlihatkan bahwa *social comparison* menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap *self-esteem* pada mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin. Temuan tersebut memperkuat relevansi *Social Comparison Theory* dalam menjelaskan bahwa penilaian terhadap diri berkembang melalui proses membandingkan kemampuan, pencapaian, maupun karakteristik pribadi dengan orang lain ketika acuan yang objektif tidak selalu tersedia. Pada konteks penggunaan *social media*, proses tersebut berlangsung semakin intens karena individu terus berhadapan dengan berbagai representasi kehidupan yang menjadi bahan evaluasi diri. Dengan menghadirkan bukti empiris pada mahasiswa Generasi Z dalam konteks lokal Kota Banjarmasin, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai dinamika hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem*, sekaligus memperkaya kajian psikologi sosial serta psikologi perkembangan di era digital.

Di sisi lain, temuan ini juga mengingatkan bahwa pembentukan *self-esteem* tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu mekanisme psikologis. Pengaruh *social comparison* yang ditemukan menunjukkan adanya kontribusi yang nyata, namun belum mampu menggambarkan keseluruhan variasi penilaian individu terhadap dirinya. Kondisi tersebut membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk mengintegrasikan faktor-faktor lain, seperti *social media addiction*, *body image*, *fear of missing out*, maupun aspek psikologis dan sosial lainnya agar pemahaman mengenai pembentukan *self-esteem* menjadi lebih utuh. Pada ranah praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai landasan dalam merancang program literasi digital, layanan pendampingan mahasiswa, serta penguatan *self-esteem* di lingkungan perguruan tinggi sehingga mahasiswa tidak hanya memiliki kemampuan menggunakan *social media* secara aktif, tetapi juga mampu mengelola proses evaluasi diri secara lebih sehat, kritis, dan adaptif. Fokus penelitian pada mahasiswa Generasi Z di Kota Banjarmasin menjadi kontribusi kontekstual yang memperkaya bukti empiris mengenai dinamika psikologis generasi digital dan dapat menjadi pijakan bagi pengembangan kajian sejenis pada populasi maupun lingkungan sosial yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Y. (2025). Pengaruh Social Comparison Terhadap Self-Esteem Pada Generasi Z Pengguna Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong). <https://eprints.unimudasorong.ac.id/id/eprint/782/>
- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). Pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas diri pada Generasi Z. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(4), 2279–2289. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i4.634>



- 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>
- Firdaus, A. P. R. C., Reza, R. D. P., Salsabila, M. N., & Yunanda, R. D. (2023). Mengenal social comparison pada mahasiswa pengguna media sosial. *Jurnal Psimawa*, 6(1), 51–58. <https://doi.org/10.36761/jp.v6i1.2099>
- Hanifuddin, I. M., & Cahyono, R. (2021). Hubungan antara social comparison dengan self esteem pada alumni SMA / sederajat yang menjalani gap year. *Buletin Penelitian Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 1(1), 859–869. <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/BRPKM>
- Indriasari, D., Aprilia, I. D., & Ernawati, L. (2023). Body image dan self esteem pada remaja ditinjau berdasarkan perspektif gender. *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 7(2), 53–61. <https://doi.org/10.22460/quanta.v7i2.3915>
- Johar, N. H. M., & Hasbullah, M. (2024). Intensity of Instagram use, social comparison and self-esteem among public university students in Klang Valley. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(8), 2815–2829. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i8/22410>
- Kanova, N. D., Adnan, I. Z., & Erfan, M. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Tingkat Self-esteem Generasi Z Pengguna Aktif TikTok. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(9), 11195–11205. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i9.9395>
- Kavakli, M., & Ünal, G. (2021). The effects of social comparison on the relationships among social media addiction, self-esteem, and general belongingness levels. *Current Issues in Personality Psychology*, 9(2), 114–124. <https://doi.org/10.5114/cipp.2021.105349>
- Lestari, N. D., Wulandari, N. W., & Rahmawati, A. (2021). Hubungan dukungan sosial dengan self esteem pada remaja pengguna game online. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 16(1), 26–31. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpt/article/view/7685>
- Lee, J. K. (2022). The effects of social comparison orientation on psychological well-being in social networking sites: Serial mediation of perceived social support and self-esteem. *Current Psychology*, 41(9), 6247–6259. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01114-3>
- Liyoni, N. N., & Swandi, N. L. I. D. (2026). Harga Diri Remaja Pengguna Media Sosial: Kajian Literatur. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(1), 330–342. <https://doi.org/10.37481/jmh.v6i1.1890>
- Mustafa, F., Bibi, S., & Majeed, M. (2024). Impact of social media use, social comparison & self-esteem among adolescents. *Global Mass Communication Review*, IX(III), 12–26. [https://doi.org/10.31703/gmcr.2024\(ix-iii\).02](https://doi.org/10.31703/gmcr.2024(ix-iii).02)
- Nabilla, S., Fitri, N. H., & Napitupulu, R. P. A. (2024). Tingkat self-esteem pada remaja SMA/SMK. *Jurnal Ilmiah Zona Psikologi Universitas Batam*, 7(1), 124–132. <http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/zonapsikologi>
- Nasidi, Q. Y., Norde, A. B., Dahiru, J. M., & Hassan, I. (2024). Tiktok usage, social comparison, and self-esteem among the youth: moderating role of gender. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 6(2), 121–137. <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.467>
- Nguyen, T. N. D., Tran, H. Y., Nguyen, G. H. M., Nguyen, Y. K., & Dinh, H. T. M. (2025). Narcissism, social media addiction, self-esteem, and Haxeco traits: Exploring influences on life satisfaction among generation Z. *Psychology Research and Behavior Management*, 419–434. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.2147/PRBM.S447067>





- Noza, M., Asharie, A., Andiana, S., Daniarta, A. F. A., & Sianturi, V. (2025). Tren penelitian teori social comparison dalam ilmu komunikasi: kajian bibliometrik Scopus. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 405–422. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.54431>
- Sam, M. M., 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>
- Samra, A., Warburton, W. A., & Collins, A. M. (2022). Social comparisons: A potential mechanism linking problematic social media use with depression. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(2), 607–614. <https://www.akjournals.com/view/journals/2006/11/2/article-p607.xml>
- Swari, N. N. E. P., & Tobing, D. H. (2024). Dampak perbandingan sosial pada pengguna media sosial: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 853–863. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/8696>
- Taylor, J., & Armes, G. (2024). Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem. *Discover Psychology*, 4(1), 126. <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3>
- Voggenreiter, A., Brandt, S., Putterer, F., Frings, A., & Pfeffer, J. (2023). The role of likes: how online feedback impacts users' mental health. *Proceedings of the 16th ACM Web Science Conference, WebSci 2024*, 302–310. <https://doi.org/10.1145/3614419.3643995>