



## APAKAH PERBANDINGAN SOSIAL DALAM MENGGUNAKAN *INSTAGRAM* BERPERAN TERHADAP KEBAHAGIAN REMAJA?

Adinda Nasha Ayu Febrianti<sup>✉</sup>, Supriyadi

Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana, Bali Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*  
Diterima 3 Mei 2020  
Disetujui 5 Juni 2020  
Dipublikasikan 30 Juli 2020

### Keywords:

*Social Comparison, Instagram Usage, Happiness.*

### Abstrak

Seiring dengan meningkatnya prevalensi penggunaan media sosial *Instagram* yang diikuti oleh temuan-temuan dalam penelitian sebelumnya, mengatakan bahwa *Instagram* merupakan salah satu media sosial paling populer yang memiliki dampak paling negatif terhadap kesehatan dan *well-being* remaja. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi dampak penggunaan *Instagram* pada remaja. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui peran perbandingan sosial dalam memoderasi pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *proportionate stratified random sampling*. Subjek penelitian ini adalah sebanyak 437 mahasiswa S1 Universitas X. Alat ukur yang digunakan adalah Skala *Oxford Happiness Questionnaire* (OHQ), Skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale* (INCOM), serta Skala Penggunaan *Instagram*. Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram* dan perbandingan sosial secara bersama-sama hanya mampu memprediksi kebahagiaan sebesar 7,72% dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 ( $p < 0,05$ ). Secara lebih lanjut, perbandingan sosial diketahui tidak memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara penggunaan *Instagram* dan kebahagiaan. Perbandingan sosial memiliki peran yang signifikan sebagai prediktor yang mandiri terhadap kebahagiaan.

### Abstract

*Prevalence of Instagram is at its height that followed by findings in previous studies which said that Instagram is one of the most popular social media that give the most negative impact for adolescence health and well-being. It is essential to explore the phenomena of impact on adolescence use of Instagram. This research is a quantitative study to determine the moderating role of social comparison in the effect of Instagram usage on happiness. The sampling is done by proportionate stratified random sampling technique. A total of 437 undergraduate students were the participants of this study. This study used of three measuring tools are Oxford Happiness Questionnaire (OHQ), Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM), and Instagram Usage Scale. The Moderated Regression Analysis (MRA) test showed that Instagram usage and social comparison can predict happiness by 7,72% and a significance value of 0,00 ( $p < 0,05$ ). Furthermore, the results showed that social comparison has no significant role on strengthen the effect of Instagram usage on happiness. Social comparison has significant role as predictor on happiness.*

© 2020 Universitas Negeri Semarang

<sup>✉</sup>Alamat korespondensi:  
Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran,  
Universitas Udayana, Bali Indonesia  
[adindanashaf@gmail.com](mailto:adindanashaf@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial di kalangan remaja pada saat ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari lagi. Survei nasional di United States menunjukkan peningkatan yang dramatis dalam penggunaan media sosial pada remaja. Berdasarkan data dari *Pew Research Center* (2019), 93% remaja berusia 18 sampai dengan 29 tahun telah mendaftarkan diri di media sosial. Survei dari lembaga non-profit *The Common Sense* (2019) menyatakan jumlah waktu rata-rata yang dihabiskan remaja untuk menggunakan media sosial mencapai 7 jam 22 menit. Akses internet yang mudah serta kebutuhan akan menjalin hubungan sosial di internet merupakan alasan utama yang dilakukan remaja dalam mengakses media sosial. Hal ini menyebabkan sekitar 91% remaja usia 16-24 tahun menggunakan internet untuk mengakses media sosial (Royal Society for Public Health [RSPH], 2017; Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Media sosial merupakan situs web yang memperkenankan individu untuk membuat profil dan memiliki berbagai fungsi seperti memfasilitasi interaksi pengguna, berbagi informasi, serta membangun hubungan dengan sesama penggunanya (Boyd & Ellison, 2007; Keitzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011). Media sosial dapat menjadi *platform* yang efektif untuk mengekspresikan diri secara positif yang membuat remaja dapat menampilkan diri yang terbaik. Media sosial menawarkan sarana bagi remaja untuk mempertahankan atau membangun hubungan interpersonal dari dunia maya ke dalam dunia nyata (Royal Society for Public Health, 2017). Di Indonesia sendiri, remaja menggunakan media sosial untuk mengakses *YouTube* (88%), *WhatsApp* (83%), *Facebook* (81%), dan *Instagram* (80%) (Kemp, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 1.479 remaja di United Kingdom, *YouTube* merupakan salah satu media sosial paling populer dengan efek paling positif, diikuti oleh *Twitter*, *Facebook*, *Snapchat*, dan *Instagram* sebagai media sosial yang memiliki efek paling negatif terhadap kesehatan dan *well-being* remaja yang dikaitkan dengan peningkatan rasa cemas,

depresi, *cyber-bullying*, serta penurunan waktu dan kualitas tidur (Royal Society for Public Health, 2017). Tingginya angka pengguna aktif *Instagram* dan temuan yang menyatakan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang memiliki dampak paling negatif bagi remaja membuat peneliti memfokuskan studi ini terhadap penggunaan *Instagram*.

*Instagram* adalah salah satu media sosial yang melibatkan pengguna untuk berbagi foto (*photo-sharing*) dengan konsep yang berfokus pada visual (*image-based focused*). Survei yang dilakukan oleh *Transparent Network Substrate* (TNS) Indonesia sebagai perusahaan riset pasar, dan dikutip dari *Liputan 6* (Reza, 2016) menyebutkan bahwa sebesar 59% pengguna aktif *Instagram* berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun. Survei yang dilakukan oleh Worthy (2018) juga menyebutkan bahwa pengguna aktif media sosial *Instagram* didominasi oleh kalangan usia 18 hingga 24 tahun dan kalangan usia 25 hingga 34 tahun dengan persentase masing-masing sebesar 32%. Kemp (2020) menyebutkan bahwa sebanyak 50,8% pengguna *Instagram* di Indonesia berjenis kelamin perempuan dan 49,2% berjenis kelamin laki-laki.

Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 111 orang remaja menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram* menimbulkan berbagai dampak positif seperti penyebaran informasi yang lebih cepat, mendapatkan inspirasi berbusana dari pengguna lain, serta memperluas pertemanan. Selain itu, penggunaan *Instagram* juga menimbulkan perbandingan sosial yang menimbulkan berbagai dampak negatif seperti rasa rendah diri, tidak percaya diri, dan tidak mampu mencintai diri sendiri (Febrianti, 2019). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada salah satu subjek, diakui bahwa melalui penggunaan *Instagram*, subjek banyak melakukan perbandingan sosial terhadap orang yang memiliki fisik lebih menarik dari subjek. Perbandingan sosial yang dilakukan membuat subjek terpengaruh terutama terhadap *body image* yang berakibat pada perilaku diet tidak sehat. Meskipun telah melakukan diet dan mengalami penurunan berat badan, subjek tetap terus melakukan perbandingan sosial terhadap

orang lain yang dilihatnya di *Instagram*. Hal ini membuat subjek menjadi sedih, tidak mampu bersyukur, dan kurang bahagia. Wawancara dengan subjek lain juga menghasilkan jawaban yang serupa. Subjek mengaku bahwa ia melakukan perbandingan sosial yang membuat subjek merasa rendah diri dan tidak percaya diri karena merasa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dan lebih bahagia dibanding subjek (Febrianti, 2019).

Perbandingan sosial merupakan dorongan yang dimiliki individu untuk mengevaluasi opini dan kemampuan diri dibandingkan dengan orang lain (Festinger, 1954). Secara umum, perbandingan sosial merupakan proses evaluasi tentang diri sendiri dalam hubungan dengan orang lain. Individu sering melakukan perbandingan sosial karena tidak tersedia informasi perbandingan yang objektif (Miller, Reichert, & Flores, 2015). Terdapat dua jenis perbandingan sosial yaitu perbandingan sosial ke atas (*upward social comparison*) dan perbandingan sosial ke bawah (*downward social comparison*). Perbandingan sosial ke atas mengacu pada perbandingan terhadap orang lain yang dianggap lebih baik. Perbandingan ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengevaluasi diri dengan standar lebih tinggi, sehingga dapat meningkatkan kemampuan individu (Mollee & Klein, 2016). Perbandingan sosial ke bawah merupakan perbandingan yang dilakukan terhadap orang yang dianggap lebih buruk, dan seringkali dilakukan untuk dapat meningkatkan *self-esteem* individu (Batenburg & Das, 2015; Wood, 1989).

Remaja memiliki kemungkinan yang lebih tinggi dalam melakukan perbandingan sosial dibanding anak yang berusia lebih muda. Hal ini dapat disebabkan karena remaja mengalami perubahan psikologis dan biologis dari fase perkembangan sebelumnya, pengaruh teman sebaya yang cukup besar, internalisasi norma sosial, kesadaran tentang penampilan, dan afek negatif terhadap diri (Santrock, 2014; Sebastian, Burnett, & Blakemore, 2010; Bos, Muris, Mulken, & Schaalma, 2006). Perbandingan sosial yang dilakukan mampu meningkatkan perasaan bahwa orang lain

melakukan sesuatu dengan lebih baik dibanding diri sendiri dan sebagai akibatnya, mampu meningkatkan afek negatif serta menurunkan afek positif (Appel, Gerlach, Crusius, 2016). Secara lebih lanjut, perbandingan sosial diketahui memiliki peran yang signifikan dalam menurunkan kebahagiaan (Arad, Barzilay, & Perchick, 2017).

Menurut Hills & Argyle (1998), kebahagiaan adalah keadaan di mana individu merasakan kegembiraan dan emosi positif lainnya, kemampuan individu untuk memenuhi potensi yang dimiliki, serta adanya kepuasan dalam hidup individu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Elfida, Lestari, Diamera, Angraeni, & Islami (2014), sumber kebahagiaan pada remaja yaitu memiliki relasi positif (49,7%), mendapatkan apresiasi (23,9%), menikmati waktu luang (22,4%), dan melakukan aktivitas religius (2,8%). Tingginya angka relasi positif sebagai sumber utama kebahagiaan remaja menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya juga memegang peranan penting dalam kebahagiaan remaja.

Penelitian mengenai penggunaan media sosial masih berfokus pada penggunaan media sosial secara umum dan kaitannya dengan emosi negatif individu. Contohnya, penelitian yang dilakukan oleh Yang, Holden, Carter, & Webb (2018), menunjukkan bahwa perbandingan sosial yang dilakukan di media sosial menimbulkan distress pada remaja. Selanjutnya Vries, Möller, Wieringa, Eigenraam, & Hamelink (2017) menyebutkan bahwa unggahan orang lain di media sosial menimbulkan emosi negatif pada pengguna media sosial. Selain itu, Zuo (2014), menunjukkan bahwa waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial berhubungan dengan perbandingan sosial yang dilakukan oleh individu, mengakibatkan rendahnya *self-esteem* dan kesehatan yang buruk. Salah satu penelitian yang secara spesifik mengkaji tentang *Instagram* yaitu penelitian oleh Pittman (2018) tentang dampak persepsi dari penggunaan *Instagram* terhadap *psychological well-being*, dan penelitian Gaol, Mutiara, Saraswati, Rahmadini, & Hilmah (2017) tentang perbandingan sosial di *Instagram*

dan kaitannya dengan tingkat depresi penggunaannya.

Uraian contoh penelitian tersebut menjelaskan bahwa perlu penelitian yang mengaitkan penggunaan *Instagram* dan perbandingan sosial bersamaan pada kebahagiaan. Oleh karena itu, kebahagiaan di media sosial *Instagram* masih perlu diteliti lebih lanjut mengingat masih kurangnya penelitian tentang *Instagram*. Padahal, *Instagram* sendiri merupakan salah satu media sosial yang paling populer di kalangan remaja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan dan secara lebih spesifik untuk mengetahui peran perbandingan sosial dalam memoderasi pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara spesifik mengenai peran penggunaan *Instagram* dan perbandingan sosial terhadap kebahagiaan, agar dapat menjadi bahan evaluasi diri dalam menggunakan media sosial secara lebih bijak, menumbuhkan perilaku yang lebih positif, dan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik serupa. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah kontribusi negatif penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan semakin meningkat pada individu yang memiliki tingkat perbandingan sosial yang tinggi.

## METODE

Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti melakukan studi pendahuluan yang disebar secara *online* terhadap 111 orang remaja pengguna *Instagram*, kemudian dilanjutkan dengan mewawancarai dua orang responden yang bersedia ditemui untuk melakukan wawancara lebih lanjut terkait dengan dampak yang dirasakan setelah menggunakan *Instagram*. Kedua subjek menyatakan bahwa melalui penggunaan *Instagram*, subjek banyak melakukan perbandingan sosial yang berakibat timbulnya rasa tidak percaya diri, tidak mampu mencintai diri sendiri, dan merasa kehidupan orang lain lebih bahagia dibandingkan dengan kehidupan subjek.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu penggunaan *Instagram*, perbandingan sosial, dan kebahagiaan. Penggunaan *Instagram* didefinisikan sebagai aktivitas individu dalam mengakses *Instagram*. Penggunaan *Instagram* dapat diukur berdasarkan intensitas individu dalam berkomunikasi menggunakan *Instagram*, menggunakan skala intensitas komunikasi di media sosial yang meliputi empat aspek menurut Ajzen & Fishbein (2005) yaitu frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan. Perbandingan sosial didefinisikan sebagai seberapa sering individu dalam melakukan perbandingan sosial terhadap orang lain. Perbandingan sosial dapat diukur dengan menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale* (INCOM) oleh Gibbons & Buunk (1999) yang meliputi dua aspek yaitu aspek kemampuan dan opini. Kebahagiaan adalah keadaan di mana individu dapat merasakan emosi-emosi positif seperti riang dan gembira, memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidup, serta pandangan individu dalam mengevaluasi kualitas hidupnya. Taraf kebahagiaan dapat diukur dengan menggunakan *Oxford Happiness Questionnaire* (OHQ) oleh Hills dan Argyle (2002) yang meliputi tujuh aspek yaitu *satisfaction with life, efficacy, sociability/empathy, positive outlook, well-being, cheerfulness, dan self-esteem*.

Skala kebahagiaan dalam penelitian ini menggunakan *Oxford Happiness Questionnaire* (OHQ) yang telah ditranslasi ke Bahasa Indonesia. Sebelum menggunakan skala ini, peneliti telah meminta izin kepada penulis skala untuk menggunakan skala OHQ dalam penelitian ini. Proses translasi alat ukur dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu: 1) translasi dari Bahasa Inggris ke dalam Bahasa Indonesia; 2) *back-translation* atau mengalihbahasakan skala yang sudah ditranslasi ke dalam Bahasa Indonesia menjadi Bahasa Inggris; 3) diskusi dengan para ahli untuk mengetahui kesamaan makna antara skala dalam bahasa asli dan skala yang sudah diterjemahkan; dan 4) uji coba alat ukur yang sudah ditranslasi. Uji coba skala kebahagiaan menghasilkan 28 aitem yang memiliki daya diskriminan yang baik ( $r > .30$ ) dari total 29

aitem, dengan nilai reliabilitas *Cronbach Alpha* sebesar 0,921.

Skala perbandingan sosial dalam penelitian ini menggunakan skala *INCOM, Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale, English Version* oleh Gibbons & Buunk (1999) yang telah ditranslasi ke dalam Bahasa Indonesia. Sebelum menggunakan skala ini, peneliti telah meminta izin kepada penulis skala untuk menggunakan skala *INCOM* dalam penelitian ini. Proses translasi alat ukur dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu: 1) translasi dari Bahasa Inggris ke dalam Bahasa Indonesia; 2) *back-translation* atau mengalihbahasakan skala yang sudah ditranslasi ke dalam Bahasa Indonesia menjadi Bahasa Inggris; 3) diskusi dengan para ahli untuk mengetahui kesamaan makna antara skala dalam bahasa asli dan skala yang sudah diterjemahkan; dan 4) uji coba alat ukur yang sudah ditranslasi. Uji coba skala perbandingan sosial menghasilkan 8 aitem yang memiliki daya diskriminan yang baik dari total 11 aitem, dengan nilai reliabilitas *Cronbach Alpha* sebesar 0,768.

Skala penggunaan *Instagram* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek yang membentuk intensitas dari Ajzen & Fishbein (2005) yang meliputi frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan. Skala ini terdiri dari 51 aitem, yang disebar sebagai berikut: 12 aitem untuk mengetahui frekuensi atau seberapa sering individu mengakses *Instagram* dalam satu hari, 12 aitem untuk mengetahui durasi atau lamanya waktu yang dihabiskan individu untuk mengakses *Instagram* dalam satu hari, 14 aitem aspek penghayatan yang terdiri dari dua indikator yaitu 8 aitem untuk mengetahui apakah individu menggunakan fitur yang disediakan di *Instagram*, dan 6 aitem untuk mengukur individu dalam mempraktikkan informasi yang diperoleh di *Instagram*. Aspek perhatian juga terdiri dari

dua indikator yaitu 6 aitem untuk mengukur konsentrasi tinggi pada saat mengakses *Instagram*, dan 7 aitem untuk mengukur individu menikmati aktivitas mengakses *Instagram*. Uji coba Skala Penggunaan *Instagram* menghasilkan 46 aitem yang memiliki daya diskriminan yang baik dari total 51 aitem, dengan nilai reliabilitas *Cronbach Alpha* sebesar 0,930. Ketiga skala yang digunakan dalam penelitian ini memiliki empat kategori respons, yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Bobot untuk setiap pernyataan yang mendukung (*favorable*) bergerak dari 4 sampai 1.

Kuesioner penelitian terdiri dari enam bagian yaitu: kesediaan responden untuk berpartisipasi dalam penelitian, formulir identitas diri, petunjuk pengisian, kemudian dilanjutkan dengan bagian skala kebahagiaan (KX), skala perbandingan sosial (PS), serta skala penggunaan *Instagram* (PI). Pengambilan data dilakukan secara *online* melalui *Google Form* yang disebar melalui berbagai media sosial peneliti (*Instagram, Facebook, Twitter, dan Line*), sedangkan pengambilan data secara *offline* dilakukan peneliti di lingkungan Universitas X.

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa Universitas X yang dilakukan secara *online* dan *offline*. Secara *offline*, kuesioner dibagikan kepada mahasiswa di 13 Fakultas Universitas X. Secara *online*, kuesioner disebar melalui berbagai media sosial. Pengambilan data dilakukan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dilakukan dengan menyesuaikan komposisi sampel dengan komposisi populasi (Gravetter & Forzano, 2010). Pengambilan data dilakukan dengan mengacu pada rumus Slovin dengan taraf signifikansi 5%, dan tata cara pengambilan sampel secara proporsional dilakukan menggunakan rumus alokasi proporsional oleh Bowley (1926). Hasil pengukuran sampel dengan rumus alokasi proporsional dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.  
Pengukuran sampel

No	Nama Fakultas	Jumlah Populasi (Ni)	Jumlah Sampel (ni)	Hasil Pembulatan
1.	Fakultas Ilmu Budaya	1.928	35,8	36
2.	Fakultas Kedokteran	2.184	40,6	41
3.	Fakultas Hukum	2.419	44,9	45
4.	Fakultas Teknik	3.346	62,1	62
5.	Fakultas Pertanian	1.625	30,2	30
6.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	3.687	68,5	69
7.	Fakultas Peternakan	522	9,7	10
8.	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	1.613	29,9	30
9.	Fakultas Kedokteran Hewan	558	10,4	10
10.	Fakultas Teknologi Pertanian	966	17,9	18
11.	Fakultas Pariwisata	582	10,8	11
12.	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	1.330	24,7	25
13.	Fakultas Kelautan dan Perikanan	405	7,5	8
Total		21.165 (N)	393	395

Sesuai dengan penghitungan jumlah sampel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimal 393 orang sesuai dengan kriteria. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan secara *online* dan *offline*. Kuesioner *online* yang terkumpul sebanyak 288 eksemplar, dan kuesioner *offline* yang terkumpul adalah sebanyak 162 eksemplar. Jumlah skala yang disebar dalam penelitian ini adalah 450 buah, namun yang dapat dianalisis adalah 437 buah. Hal ini dikarenakan sebanyak 13 skala tidak terisi secara lengkap. Subjek

penelitian ini adalah sebanyak 437 mahasiswa S1 Universitas X yang merupakan pengguna aktif *Instagram*.

Penelitian dianalisis menggunakan dua uji analisis data, yaitu (1) uji asumsi penelitian terdiri dari uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov test*, uji linearitas dengan uji *Lagrange Multiplier*, dan uji multikolinearitas, serta (2) uji hipotesis statistik parametrik dengan model *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau regresi dengan variabel moderasi menggunakan teknik uji interaksi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah data demografis yang diperoleh:

Tabel 2.

Deskripsi subjek penelitian (N=437)

Variabel	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	166	38%
	Perempuan	271	62%
Usia	18 tahun	9	2,06%
	19 tahun	65	14,87%
	20 tahun	59	13,51%
	21 tahun	215	49,19%
	22 tahun	89	20,37%
Lama menggunakan <i>Instagram</i>	≤1 tahun	8	1,83%
	2-5 tahun	212	48,51%
	>5 tahun	217	49,66%

Berdasarkan deskripsi subjek penelitian, diketahui bahwa mayoritas subjek yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah

perempuan sebanyak 271 orang atau sebesar 62%, dan 166 orang subjek berjenis kelamin laki-laki sebesar 38%. Berdasarkan usia subjek

penelitian, sebagian besar subjek penelitian berusia 21 tahun yaitu sebanyak 215 orang (49,19%), 22 tahun sebanyak 89 orang (20,37%), 19 tahun sebanyak 65 orang (14,87%), 20 tahun sebanyak 59 orang (13,51%), dan 18 tahun sebanyak 9 orang (2,06%). Berdasarkan waktu (tahun) bergabung dengan *Instagram*, mayoritas subjek penelitian sudah menggunakan *Instagram*

selama lebih dari 5 tahun yaitu sebanyak 217 orang atau sebesar 49,66%, diikuti oleh penggunaan 2 sampai 5 tahun sebanyak 212 orang (48,51%), dan kurang dari 1 tahun sebanyak 8 orang (1,83%).

Tabel 3 memaparkan deskripsi data penelitian pada masing-masing variabel.

Tabel 3.

Deskripsi statistik data penelitian berdasarkan variabel penelitian (N=437)

Variabel	Rerata Empiris	SD Empiris	Median	Skewness	Kurtosis
Penggunaan <i>Instagram</i>	112,04	15,941	113	-0,162	1,226
Perbandingan sosial	20,86	3,865	21	-0,359	0,474
Kebahagiaan	80,32	10,561	80	0,032	0,232

Tabel 4.

Uji normalitas data penelitian

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
<i>Unstandardized residual</i>	0,040	0,088	Data berdistribusi normal

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Menurut Ghozali (2013), data disebut berdistribusi normal apabila signifikansi residual pada K-S lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ).

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4 menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,040 dan signifikansi 0,088 ( $p > 0,05$ ) yang dapat diartikan bahwa data residual terdistribusi normal.

Tabel 5.

Uji linearitas data penelitian

$R^2$	N	Df	<i>Probability</i>	$c^2$ hitung	$c^2$ tabel	Keterangan
0,002	437	431	0,05	0,874	480,403	Data berhubungan secara linier

$$c^2 \text{ hitung} = n \times R^2 = 0,874$$

Uji linearitas menggunakan uji *Lagrange Multiplier* yang menghasilkan nilai  $c^2$  hitung. Data dikatakan memiliki hubungan yang linear jika  $c^2$  hitung  $<$   $c^2$  tabel (Ghozali, 2013). Berdasarkan uji linearitas data penelitian pada

tabel 4 menunjukkan nilai  $c^2$  hitung sebesar 0,874 dengan *degree of freedom* (431) dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 480,403. Jadi  $c^2$  hitung  $<$   $c^2$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam bentuk linear.

Tabel 6.

Uji multikolinearitas data penelitian

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	Keterangan
Penggunaan <i>Instagram</i>	0,899	1,113	Tidak terjadi multikolinearitas
Perbandingan sosial	0,899	1,113	Tidak terjadi multikolinearitas

Pengambilan keputusan apakah prediktor memiliki gejala multikolinearitas atau tidak,

dapat dilihat pada nilai *tolerance*  $>$  0,1 dan nilai *VIF*  $<$  10 (Ghozali, 2013). Berdasarkan tabel 6

dapat dilihat bahwa variabel penggunaan *Instagram* dan perbandingan sosial memiliki *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan model *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau regresi dengan variabel moderator dengan teknik uji interaksi dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 7.

Hasil uji signifikansi simultan *Moderated Regression Analysis* (MRA)

	<i>Sum of Squares</i>	DF	<i>Mean Square</i>	F	Signifikansi
<i>Regression</i>	4755,897	3	1251,966	12,082	0,000
<i>Residual</i>	44869,252	433	103,624		
Total	48625,149	436			

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji statistik F) MRA yang ditunjukkan pada tabel 7, diperoleh hasil bahwa variabel penggunaan *Instagram*, variabel perbandingan sosial, dan interaksi variabel penggunaan *Instagram* dan variabel perbandingan sosial secara bersama-sama berperan terhadap kebahagiaan.

Selain itu, dalam uji MRA dapat pula dilihat besarnya peranan variabel penggunaan *Instagram* dan variabel perbandingan sosial secara bersama-sama terhadap kebahagiaan. Besarnya peranan tersebut dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8.

Besaran sumbangan efektif penggunaan *Instagram* dan perbandingan sosial terhadap kebahagiaan

R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
0,278	0,077	0,071	10,180

Pada tabel 8, dapat dilihat nilai *R* sebesar 0,278. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *Instagram*, variabel perbandingan sosial, dan interaksi variabel penggunaan *Instagram* dan variabel perbandingan sosial berperan secara positif terhadap kebahagiaan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,077 menunjukkan bahwa variabel penggunaan

*Instagram*, variabel perbandingan sosial, interaksi variabel penggunaan *Instagram* dan variabel perbandingan sosial hanya berperan sebesar 7,7% terhadap kebahagiaan dan variabel lain yang tidak diteliti berperan sebesar 92,3% terhadap kebahagiaan.

Analisis uji MRA juga menemukan persamaan regresi yang dijelaskan pada tabel 9.

Tabel 9.

Uji signifikansi parameter individual MRA

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Signifikansi
	B	<i>Std. Error</i>	Beta		
(Constant)	111,126	15,145		7,338	0,000
Penggunaan <i>Instagram</i>	-0,141	0,143	-0,213	-0,988	0,324
Perbandingan Sosial	-1,634	0,683	-0,598	-0,2392	0,017
Moderasi	0,008	0,006	0,478	1,280	0,201

Berdasarkan tabel 9, variabel penggunaan *Instagram* memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,141 dengan nilai t sebesar -0,988 dan memiliki taraf signifikansi 0,324, yaitu

lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) yang berarti penggunaan *Instagram* sebagai prediktor yang mandiri tidak memiliki peran yang signifikan terhadap kebahagiaan. Variabel perbandingan

sosial memiliki nilai koefisien parameter sebesar -1,634 dengan nilai t sebesar -0,2392 dan memiliki taraf signifikansi 0,017, yaitu lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) yang berarti perbandingan sosial memiliki peran yang signifikan terhadap kebahagiaan. Variabel moderasi perbandingan sosial memiliki koefisien parameter sebesar 0,008 dengan nilai t sebesar 2,280 dan memiliki taraf signifikansi 0,201 ( $p > 0,05$ ) yang berarti variabel moderasi perbandingan sosial tidak berperan dalam menguatkan atau pun melemahkan hubungan antara penggunaan *Instagram* dan kebahagiaan. Koefisien parameter variabel perbandingan sosial sebesar -1,634 dengan taraf signifikansi 0,017 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien parameter variabel moderasi perbandingan sosial 0,008 dengan taraf signifikansi 0,201 ( $p > 0,05$ ) menandakan variabel perbandingan sosial bukan merupakan variabel moderator, melainkan variabel prediktor yang mandiri.

Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini merupakan penggunaan *Instagram*. Penggunaan *Instagram* adalah intensitas individu dalam berkomunikasi menggunakan media sosial *Instagram*. Hasil analisis koefisien parameter dari penggunaan *Instagram* menunjukkan bahwa tidak terdapat peran yang signifikan antara penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan, yang berarti bahwa penggunaan *Instagram* bukan merupakan prediktor yang mandiri terhadap kebahagiaan. Peran penggunaan *Instagram* bukanlah prediktor yang signifikan dalam penelitian ini karena usia subjek. Sebagian besar partisipan yang mengikuti penelitian ini merupakan mahasiswa S1 Universitas X berusia 21 tahun, yaitu sejumlah 215 orang (49,19%). Pada penelitian yang dilakukan oleh Arad, Barzilay, & Perchick (2017), penggunaan media sosial memiliki efek yang signifikan dalam menurunkan kebahagiaan pada kelompok usia yang lebih muda (18 tahun) dan hanya jika individu percaya bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dan menarik dibandingkan subjek. Semakin meningkat usia subjek diikuti dengan semakin mengecilnya efek yang ditimbulkan terhadap kebahagiaan subjek. Selanjutnya, tidak terdapatnya peran yang

signifikan antara penggunaan *Instagram* dan kebahagiaan dapat disebabkan oleh alat ukur yang belum mampu untuk memperdalam tipe penggunaan subjek atau variasi interaksi subjek dalam menggunakan media sosial tersebut.

Variabel moderator yang diteliti dalam penelitian ini merupakan perbandingan sosial. Menurut Maurilla & Suarya (2020), perbandingan sosial merupakan proses evaluasi individu terhadap dirinya yang melibatkan orang lain sebagai pembanding, sebagai upaya untuk membuat penilaian yang lebih akurat tentang dirinya, serta sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja dan harga diri. Hasil analisis koefisien parameter perbandingan sosial sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini tidak menunjukkan hasil yang signifikan, yang berarti bahwa perbandingan sosial tidak berperan dalam menguatkan pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, perbandingan sosial memiliki peran yang negatif dan signifikan sebagai prediktor yang mandiri terhadap kebahagiaan, yang berarti peningkatan pada perbandingan sosial diikuti dengan penurunan pada kebahagiaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Arad, Barzilay, & Perchick (2017) yang mengemukakan bahwa penolakan individu terhadap kebahagiaan disebabkan oleh meningkatnya perbandingan sosial yang dilakukan. Semakin tinggi perbandingan sosial yang dilakukan, maka individu semakin merasa bahwa kehidupan orang lain lebih bahagia dibandingkan dirinya.

Terdapatnya peran yang signifikan dari perbandingan sosial terhadap kebahagiaan dapat disebabkan oleh tingginya taraf perbandingan sosial yang dilakukan oleh subjek. Walau perbandingan sosial pada penelitian ini merupakan prediktor yang mandiri, taraf perbandingan sosial yang tinggi dapat disebabkan oleh lamanya individu tergabung di media sosial (dalam tahun). Mayoritas subjek (49,66%) dalam penelitian ini sudah menggunakan *Instagram* selama lebih dari lima tahun. Menurut Chou & Edge (2012), semakin lama individu tergabung dalam media sosial,

maka semakin kuat kepercayaan yang dimiliki individu bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dan lebih bahagia dibandingkan dengan subjek, sehingga menurunkan kebahagiaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan di antaranya pemilihan subjek penelitian yang masih terbatas pada mahasiswa Perguruan Tinggi Universitas X. Selain itu, pada pengambilan data secara langsung masih terdapat beberapa kuesioner yang tidak terisi dengan lengkap, sehingga tidak dapat dianalisis. Hal ini dapat disebabkan karena peneliti tidak mampu mengontrol faktor pengaruh sosial seperti mengikuti respons dari sesama subjek penelitian. Keterbatasan lain dalam penelitian ini yaitu pada pengambilan data secara *online*, peneliti tidak mampu mengontrol kesiapan subjek dalam mengisi kuesioner yang diberikan.

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *Instagram* dan perbandingan sosial secara bersama-sama hanya mampu memprediksi kebahagiaan sebesar 7,72%. Angka ini tentu sangat kecil jika dibandingkan dengan hipotesis awal yang diajukan oleh peneliti. Secara lebih lanjut, diketahui bahwa perbandingan sosial merupakan prediktor mandiri dan berperan negatif terhadap kebahagiaan. Ini berarti bahwa meningkatnya perbandingan sosial yang dilakukan, akan diikuti dengan penurunan terhadap kebahagiaan. Penggunaan *Instagram* sendiri ternyata bukan merupakan prediktor terhadap kebahagiaan. Selanjutnya, tidak terdapatnya peran moderasi perbandingan sosial terhadap penggunaan *Instagram* dan kebahagiaan berarti bahwa perbandingan sosial tidak berperan dalam meningkatkan atau melemahkan pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap kebahagiaan. Hasil ini mungkin dapat disebabkan oleh sampel yang digunakan oleh peneliti, yaitu terbatas pada mahasiswa di Perguruan Tinggi Universitas X.

Saran yang dapat disampaikan bagi peneliti selanjutnya yaitu: a) hendaknya mempertimbangkan perbedaan tipe penggunaan media sosial individu yang akan diteliti dengan

tetap mengacu pada konsep teoretis dan hasil-hasil penelitian terdahulu; b) mempertimbangkan sumber daya dari pihak peneliti untuk memantau kesungguhan subjek penelitian, sehingga meminimalisir bias dan pengisian kuesioner yang kurang lengkap; c) memperluas sampel yang digunakan dalam penelitian, sehingga data yang diperoleh memiliki wilayah generalisasi yang lebih luas dan tidak terbatas pada pengguna *Instagram* di kalangan mahasiswa perguruan tinggi di satu universitas saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press.
- Appel, H., Gerlach, A. L., Crusius, J. (2016). The Interplay Between Facebook Use, Social Comparison, Envy, and Depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49. Doi: 10.1016/j.copsyc.2015.10.006.
- Arad, A., Barzilay, O., & Perchick, M. (2017). The Impact of Facebook on Social Comparison and Happiness: Evidence From a Natural Experiment (February 13, 2017). Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=2916158> or Doi: 10.2139/ssrn.2916158.
- Batenburg, A., & Das, E. (2015). Virtual Support Communities and Psychological Well-being: The Role of Optimistic and Pessimistic Perbandingan Sosial Strategies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(6), 585-600. Doi: 10.1111/jcc4.12131.
- Bos, A. E. R., Muris, P., Mulken, S., & Schaalma. (2006). Changing Self-esteem in Children and Adolescents: A Roadmap for Future Interventions. *Netherlands Journal of Psychology*, 62, 26-33. Doi: 10.1007/BF03061048.
- Bowley, A. L. (1926). *Elements of Statistics*. New York: Staples Press Ltd.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- Doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Chou, H.T.G., & Edge, N. (2012). "They are Happier and Having Better Lives Than I am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 17-210. Doi: 10.1089/cyber.2011.0324.
- Elfida, D., Lestari, Y. I., Diamera, A., Angraeni, R., & Islami, S. (2014). Hubungan Baik dengan Orang yang Signifikan dan Kontribusinya terhadap Kebahagiaan Remaja Indonesia. *Jurnal Psikologi UIN Suska Riau*, 10(2), 66-73. Doi: 10.24014/jp.v10i2.1182.
- Febrianti, A. N. A. F. (2019). *Dampak Penggunaan Instagram pada Kelompok Remaja Akhir*. (Artikel Studi Pendahuluan, Program Studi Sarjana Psikologi Universitas Udayana).
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, (7), 117-140. Doi: 10.1177/001872675400700202.
- Gaol, L. A. L., Mutiara, A. B., Saraswati, N. L., Rahmadini, R., & Hilmah, M. A. (2017). The Relationship Between Perbandingan Sosial and Depressive Symptoms Among Indonesian Instagram Users. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 139, 130-137. Retrieved from <https://www.atlantispress.com/proceedings/uipsur-17>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Perbandingan Sosial. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1). Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1999-00166-010>
- Gravetter, F. J., Forzano. L. B. (2010). *Research Methods for the Behavioral Sciences (4<sup>th</sup> Edition)*. USA: Wadsworth.
- Hills, P., & Argyle, M. (1998). Positive Moods Derived from Leisure and Their Relationship to Happiness and Personality. *Personality and Individual Differences*, 25(3), 523-535. Doi: 10.1016/S0191-8869(98)00082-8.
- Kemp, S. (2020). Digital in 2020: Global Overview. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Maurilla, T. & Suarya, L. M. K. S. (2020). Peran Intensitas Komunikasi di Instagram dan Perbandingan Sosial terhadap Ketidakpuasan Tubuh pada Perempuan Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana, Edisi Khusus Kesehatan Mental dan Budaya*, 109-119. Doi: 10.24843/JPU.2020.v07.i02.
- Miller, M. K., Reichert, J., & Flores, D. (2015). In G. Ritzers (Eds), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology: Perbandingan Sosial Theory*. USA: John Wiley & Sons.
- Mollee, J. S. & Klein, C. A. (2016). The Effectiveness of Upward and Downward of Physical Activity in an Online Intervention. In *2016 15th International Conference on Ubiquitous Computing and Communications and 2016 8th International Symposium on Cyberspace and Security (IUCC-CSS)*. Retrieved from <https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/56332065/chapter+12.pdf>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi UGM*, 25(1), 36-44. Doi: 10.22146/buletinpsikologi.22759.
- Perrin, A., & Anderson, M. (2019). Share of U.S Adults Using Social Media, Including Facebook, is Mostly Unchanged Since 2018. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/>

- Pittman, M. (2018). Happiness, Loneliness, and Social Media: Perceived Intimacy Mediates the Emotional Benefits of Platform Use. *The Journal of Social Media in Society*, 7(2), 164-176. Retrieved from <https://thejsms.org/index.php/TSMRI/issue/view/15>
- Reza, J. I. (2016). Wanita Lebih Doyan Main Instagram Ketimbang Pria. *Liputan 6*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/teknoread/2412338/wanita-lebih-doyan-main-instagram-ketimbang-pria>
- Royal Society for Public Health. (2017). Social Media and Young People's Mental Health and Wellbeing. Retrieved from <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62>
- Santrock, J. W. (2014). *Adolescence* (15th ed.). Amerika: McGraw-Hill Education.
- Sebastian, C., Burnett, S., & Blakemore, S.-J. (2010). Development of the Self-concept in Adolescence. *Trends in Cognitive Science*, 12, 441-446. Doi: 10.1016/j.tics.2008.07.008.
- The Common Sense. (2019). The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens. Retrieved from <https://www.common-sense-media.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-tweens-and-teens-2019>
- Vries, D. A. D., Möller, A. M., Wieringa, M. S., Eigenraam, A.W., & Hamelink, K. (2018). Perbandingan Sosial as the Thief of Joy: Emotional Consequences of Viewing Strangers' Instagram Posts. *Media Psychology*, 21(2), 222-245, Doi: 10.1080/15213269.2016.1267647.
- Worthy, P. (2018). Top Instagram Demographics That Matter to Social Media Marketers. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/instagram-demographics/>
- Yang, C.-c., Holden, S. M., Carter, D. K., & Webb, J. J. (2018). Social Media, Social Comparison, and Identity Distress at The College Transition: A Dual Path Model. *Journal of Adolescence*, 69, 92-102. Doi: 10.1016/j.adolescence.2018.09.007.
- Zuo, A. (2014). Measuring Up: Social Comparison on Facebook and Contributions to Self-esteem And Mental Health. Corpus ID: 33240584. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org>