



# **SELF-ESTEEM REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DITINJAU DARI BODY IMAGE DAN SOCIAL COMPARISON SEBAGAI MODERATOR**

<sup>1</sup>Sherly Y. Kato, <sup>2</sup>Stefani Virlia

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya

## **ARTICLE INFORMATION**

**\*Corresponding Author:**  
Sherly Y. Kato  
shrerlyyuriko266@gmail.com

**Article History**  
Received 6 Maret 2024  
Revised 2 Mei 2024  
Accepted 7 Mei 2024

**Kata Kunci**  
Body image  
Self-esteem  
Social comparison  
Instagram

**Cite this Article:**  
Kato, S. Y., & Virlia, S.  
(2024). Self-esteem remaja  
pengguna Instagram ditinjau  
dari body image dan social  
comparison sebagai mediator.  
*Jurnal Psikologi*, 17(1), 174-  
188 doi:  
<https://doi.org/10.35760/psi.2024.v17i1.10828>

## **ABSTRAK**

Instagram merupakan salah satu platform berbasis visual yang digemari remaja. Standar kecantikan pada Instagram berdampak pada body image penggunanya. Ketidakpuasan terhadap body image membuat individu melakukan social comparison yang dapat menurunkan self-esteem. Semakin tinggi tingkat comparison, maka semakin besar pengaruh body image terhadap self-esteem. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel social comparison, body image, dan self-esteem. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain korelasional cross-sectional. Populasi penelitian ini berjumlah 155 dengan karakteristik pengguna aktif Instagram, berusia 12-19 tahun, dan berdomisili di Surabaya, dengan teknik pengambilan data convenience sampling. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa body image berpengaruh terhadap self-esteem remaja ( $F = 48.576$ ;  $p < .001$ ). Namun, social comparison tidak berpengaruh dalam memoderasi body image terhadap peningkatan maupun penurunan self-esteem. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi media bagi remaja untuk mencari feedback dan membangun body image nya melalui social comparison terhadap konten yang ada, sehingga feedback yang didapatkan dapat mempengaruhi self-esteem individu.

## **ABSTRACT**

Instagram is a visual-based platform that is popular among teenagers. Beauty standards on Instagram have an impact on users' body image. Dissatisfaction with body image causes individuals to make social comparisons which can reduce self-esteem. The higher the level of comparison, the greater the impact of body image on self-esteem. This study aims to determine the influence of social comparison, body image, and self-esteem variables. This research uses a quantitative approach and a cross-sectional correlational design. The population of this study was 155 with the characteristics of active Instagram users, aged 12-19 years, and domiciled in Surabaya, using convenience sampling data collection techniques. Findings reveal that body image influences adolescents' self-esteem ( $F = 48.576$   $p < .001$ ). However, social comparison has no effect in moderating body image on increasing or decreasing self-esteem. Research findings show that Instagram is a platform for adolescents to seek feedback and shape their body image through social comparison with existing content, thus influencing individual self-esteem.

## **PENDAHULUAN**

Instagram merupakan platform dengan konten berbasis visual yang memiliki jangkauan koneksi dari berbagai belahan dunia, serta adanya fitur canggih dan influencer dengan berbagai

bidang (Fidan, Debbag, & Fidan, 2021). Hal ini menyebabkan remaja menjadi nyaman untuk menggunakan Instagram, yang dibuktikan dengan peningkatan remaja pengguna Instagram pada tahun 2021 ke 2022 sebanyak 2.8 juta, dengan total 13.4 juta pengguna (Napoleon Cat, 2022). Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa remaja juga menjadi mayoritas pengguna terbanyak di Instagram sebagai media penyaluran dinamika psikologis yang dialami.

Pada masa remaja, individu mengalami tahap perkembangan *identity vs identity confusion*, di mana individu mulai mengeksplorasi berbagai identitas untuk menemukan jati dirinya (Fidan dkk., 2021; Kapur, 2015; Santrock, 2018). Adanya periode krisis ini menyebabkan remaja cenderung mencari *approval*, evaluasi, validasi, dan penilaian melalui *peers* yang salah satunya dilakukan melalui Instagram (Santrock, 2018). Adanya *platform* berbasis visual pada Instagram digunakan sebagai media pencari validasi untuk meningkatkan kepuasan diri, yang dilakukan dengan memposting foto dirinya yang paling menarik, melalui *like* yang didapatkan dan teknik *editing* yang menyebabkan *influence* negatif terkait standar kecantikan ideal (Fidan dkk., 2021; Huang & Su, 2018; Santrock, 2018). Hal ini menyebabkan remaja dapat menilai dirinya secara negatif (Aggarwal, 2020) dan akan mengarahkan kepada rendahnya *self-esteem* (Santrock, 2011).

Menurut Rosenberg (1965), *self-esteem* merupakan evaluasi diri yang mengacu pada sikap positif maupun negatif terhadap dirinya bahwa dirinya mampu, pantas, dan relevan sebagai bentuk penerimaan diri. Rosenberg (1965) berpandangan bahwa *self-esteem* merupakan unidimensional, yang memiliki konsep luas mengenai penerimaan diri individu. *Self-esteem* dapat dibangun melalui kondisi fisik dan *body image*, pola asuh orang tua, lingkungan sosial dan budaya, genetik, pekerjaan, dan finansial (Mruk, 2006; Santrock, 2011). *Self-esteem* memiliki korelasi dengan *emotional well-being* dan kesehatan mental individu, sehingga individu yang memiliki *self-esteem* yang baik akan membentuk sikap yang positif seperti, fleksibel, percaya diri, *coping* emosi yang baik, mudah beradaptasi, resilien, *self-control* yang baik, dan memiliki pandangan positif terhadap dirinya (Orth, Erol, & Luciano, 2018).

Pada nyatanya, saat memasuki masa remaja *self-esteem* menurun signifikan dibandingkan dengan masa kanak-kanaknya (Santrock, 2011). Hal ini salah satunya diakibatkan oleh perubahan fisik akibat pubertas yang dialaminya (Santrock, 2011; Singh & Manju, 2022). Pada masa pubertas, remaja mengalami perubahan hormon yang mengakibatkan periode perkembangan fisik pesat atau yang biasa dikenal dengan *growth spurt* (Kawira, Chiroma, & Wambugu, 2021), di mana remaja mulai mengalami peningkatan persentase lemak dalam tubuh sehingga menyebabkan penggemukan, bertumbuhnya rambut pada beberapa bagian tubuh, dan jerawat (Kawira dkk., 2021; Santrock, 2011). Adanya perubahan fisik tersebut dapat

menyebabkan remaja mengalami ketidakpuasan pada kondisi fisiknya yang mengarahkan pada penurunan *self-esteem*.

Penelitian mengenai perbandingan sosial terhadap *self-esteem* remaja pengguna sosial media oleh Moningka dan Eminiari (2020) menyatakan bahwa dari 221 partisipan, 56% diantaranya memiliki *self-esteem* yang rendah. Rendahnya *self-esteem* pada remaja dapat menyebabkan kecemasan, depresi (Keshk, Fahim, Hassan, Boulos, & Sector, 2019), hingga bunuh diri, dan perilaku negatif lainnya (Sharifabad, Hesary, Miri, Dastjerdi, & Sharifzadeh, 2020). Hal ini dibuktikan dengan penelitian oleh Axelta dan Abidin (2022) yang menyatakan bahwa perkiraan rata-rata depresi berat selama masa remaja mencapai 14-20% dan meningkat setiap tahunnya. Rendahnya *self-esteem* yang berujung pada depresi di remaja salah satunya diakibatkan oleh ketidakpuasan terhadap penampilan dan fisiknya (Fadhillah & Indrijati, 2022; Keshk dkk., 2019). Oleh karena itu, *self-esteem* dapat dibangun salah satunya melalui *body image*. Adanya ketidakpuasan individu terkait penampilan fisiknya dinamakan sebagai *body image* negatif, sedangkan kepuasan individu terkait penampilan fisiknya dinamakan *body image* positif (Arya & Sharma, 2021).

Menurut Cash (dalam Argyrides & Kkeli, 2013), *body image* merupakan persepsi, perasaan, dan pikiran individu mengenai penampilan fisiknya. Argyrides dan Kkeli (2013) mengkategorikan *body image* ke dalam dua aspek. Aspek yang pertama yaitu *appearance orientation* yang merupakan usaha individu dalam menaruh perhatian lebih pada penampilannya, serta berusaha untuk menjaga, mengembangkan, dan merubah penampilannya. Sedangkan aspek kedua adalah *appearance evaluation* yaitu evaluasi individu yang meliputi persepsi terhadap ketertarikan dan kepuasan individu pada penampilan fisiknya. Pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* sejalan dengan penelitian Defora (dalam Javaid & Ajmal, 2019), bahwa sebanyak 56% remaja memiliki *self-esteem* yang rendah akibat dari *body image* negatif yang dimilikinya.

Rembulan dan Liem (2014) menyatakan bahwa *body image* negatif tidak hanya muncul pada remaja yang obesitas, melainkan juga dapat muncul pada berat badan normal atau dengan BMI yang ideal. Rendahnya *body image* pada remaja salah satunya dipengaruhi oleh kesenjangan standar kecantikan ideal pada media sosial, sehingga mempengaruhi persepsi individu terhadap penampilan fisiknya (Afana, Astuti, & Sari, 2021; Hill & Denman, 2016).

Pada penelitian ini, akan dilakukan eksplorasi terhadap pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* yang dimoderatori oleh variabel *social comparison*. Menurut Schaefer dan Thompson (2014) *social comparison* memiliki arti sebagai *nature* individu untuk melakukan evaluasi dengan cara membandingkan opini dan kemampuan diri dengan orang lain berdasarkan standar yang objektif. Meskipun demikian, bentuk *comparison* yang dilakukan individu tidak

hanya seputar opini dan kemampuan saja, namun telah berkembang ke arah pencapaian akademik, perilaku kesehatan, *perceived quality of life*, tujuan dan harapan karir, *prosocial behavior*, *psychological disorder*, dan *physical appearance* (Schaefer & Thompson, 2014). Schaefer dan Thompson (2014) berpendapat bahwa *social comparison* yang berkaitan dengan *physical appearance* merupakan model unidimensional. Pada bahasan *body image*, pandangan individu tidak tiba-tiba menjadi negatif mengenai fisiknya, namun timbul akibat adanya *social comparison* pada *physical appearance* mereka. Penelitian ini akan menitikberatkan *social comparison* pada *physical appearance* ini sebagai variabel yang mempengaruhi *self-esteem* individu.

Pada penelitian ini, *social comparison* memiliki peran dalam memoderasi pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* pada remaja yang menggunakan Instagram. Pada era digital ini, media sosial menjadi salah satu sarana efektif untuk melakukan *social comparison*, selain melalui interaksi dalam lingkungan sosialnya (Gaol, Mutiara, Saraswati, Rahmadini, & Hilmah, 2018). Sebagaimana penelitian terdahulu menyatakan bahwa penyebab *body image* negatif dapat muncul adalah dikarenakan penyakit seperti *anorexia*, kritik, karakteristik tubuh, dan *social comparison* (Cash & Pruzkinsky, 2002; Ricciardelli & Yager, 2016). Namun, salah satu faktor terbesar yang dapat mengakibatkan *body image* negatif merupakan *social comparison* salah satunya akibat dari *social comparison* individu (Choudhury & Reddy, 2021; Ricciardelli & Yager, 2016). Instagram sebagai platform visual dapat mendorong individu untuk dapat memiliki bentuk fisik yang ideal sesuai dengan standar yang ada (Aristantya & Helmi, 2019). Pandangan ini dipengaruhi oleh *social comparison* yang dilakukan individu yang memunculkan *rejection* dalam diri, serta menganggap semua orang yang lebih unggul darinya kompetitor (Cash & Pruzinsky, 2002). Ketika apa yang individu lihat pada orang lain dirasa tidak sesuai dengan dirinya, maka dapat menimbulkan rasa tidak puas pada diri yang kemudian dapat menurunkan *self-esteem* (Ricciardeli & Yager, 2016).

Oleh sebab itu, peneliti ingin membawakan *social comparison* pada penelitian ini, terlebih belum banyak penelitian sebelumnya yang mendalami *social comparison* sebagai variabel moderator dan lebih menempatkan *social comparison* sebagai variabel bebas. Hal ini menjadikan penempatan *social comparison* sebagai variabel moderator menjadikan keunggulan penelitian ini dikarenakan berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa *social comparison* merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *body image* terhadap peningkatan maupun penurunan *self-esteem* remaja pengguna Instagram.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, *self-esteem* merupakan hal penting pada remaja dan menjadi sebuah variabel yang umum untuk diteliti. Oleh sebab itu, *research gap* dari penelitian ini berkaitan dengan *knowledge gap*. Menurut Orth dkk. (2018) yang melakukan penelitian

longitudinal terkait *self-esteem* menyatakan bahwa penelitian terkait *self-esteem* dirasa harus dilakukan pada masa ke masa dikarenakan *self-esteem* dapat dipengaruhi oleh budaya, lingkungan sosial, dan pola asuh. Hal ini juga disampaikan oleh penelitian Gentile (dalam dkk., 2018) yang terjadi pada negara Barat, di mana *sociocultural* selalu berkembang dan telah mempengaruhi *self-esteem* remaja.

Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas media sosial secara keseluruhan maupun *facebook*, tidak spesifik pada platform Instagram. Fadhillah dan Indrijati (2022) menyatakan bahwa Instagram dapat meningkatkan frekuensi *social comparison* terhadap *body image* akibat adanya basis gambar. Namun, peneliti tersebut belum dapat menjelaskan mengenai korelasi *social comparison* dengan *body image*, serta pengaruhnya terhadap *self-esteem*. Sedangkan, penelitian ini memasukkan variabel *social comparison* sebagai moderator, sehingga akan membahas lebih mendalam terkait pengaruhnya pada *body image* dan *self-esteem*.

Berdasarkan paparan teoritis tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab hipotesis penelitian, bahwa terdapat pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* dengan *social comparison* sebagai variabel moderator pada remaja yang menggunakan Instagram.

**Tabel 1**  
**Data Demografis Partisipan**

Variabel	Jumlah	Persentase
Usia		
12	3	1.94%
13	10	6.45%
14	8	5.16%
15	19	12.26%
16	21	13.55%
17	22	14.19%
18	19	12.26%
19	53	34.19%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	44	28.4%
Perempuan	111	71.6%
Konten yang Diakses		
<i>Beauty</i>	80	51.5%
Olahraga	45	29%
<i>Fun</i> /hiburan	107	69%
Makan	75	48.4%
Edukasi	70	45.2%
<i>Fashion</i>	72	46.4%

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki total 155 sampel dengan populasi remaja dan karakteristik partisipan yaitu pria maupun wanita, berusia 12-19 tahun, pengguna aktif Instagram, serta berdomisili di kota dengan penduduk terbesar di Jawa Timur, yaitu Surabaya (Badan Pusat Statistik, 2020). Partisipan penelitian ini terdiri dari 111 perempuan dan 44 laki-laki, dengan 53 partisipan berusia 19 tahun, 22 partisipan berusia 17 tahun, 21 partisipan berusia 16 tahun, 19 partisipan berusia 15 tahun, 19 partisipan berusia 18 tahun, 8 partisipan berusia 14 tahun, 10 partisipan berusia 13 tahun, dan 3 partisipan berusia 12 tahun.

Instrumen pengukuran *self-esteem* menggunakan skala *Rosenberg Self-Esteem Scale* yang dikembangkan oleh Rosenberg (1965), yang kemudian diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh peneliti dan telah melewati tahap uji *expert judgement* serta uji bahasa. Skala ini terdiri dari 10 item dengan 5 pernyataan *favourable* dan 5 pernyataan *unfavourable*. Pada skala ini, pilihan jawaban menggunakan skala Likert dengan rentang 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 4 (sangat setuju). Salah satu contoh item berbunyi “*Secara umum, saya merasa puas dengan diri saya*”. Terdapat satu item yang digugurkan akibat nilai CITC yang tidak terpenuhi, sehingga didapatkan jumlah item yang digunakan adalah 9 item. Instrumen alat ukur *self-esteem* ini memiliki reliabilitas skor total Cronbach’s  $\alpha$  0.888.

Instrumen pengukuran *body image* menggunakan skala *The Greek Version of Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale* (MBSRQ-AS) yang merupakan hasil adaptasi oleh Argyrides dan Kkeli (2013). Skala berbahasa Inggris tersebut kemudian diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh peneliti dan telah melewati uji *expert judgement* dan uji bahasa. Skala ini menggunakan skala Likert yang terdiri rentang 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) dan terdiri dari 19 item, dengan 13 butir *favourable* dan 6 butir *unfavourable*. Salah satu contoh item berbunyi “*Saya selalu memperhatikan penampilan saya sebelum tampil di depan umum*”. Pada masing-masing dimensi terdapat 1 item yang digugurkan akibat CITC yang tidak terpenuhi, sehingga dimensi *appearance orientation* memiliki total 11 item yang digunakan, sedangkan dimensi *appearance evaluation* memiliki total 6 item yang digunakan. Keseluruhan alat ukur ini memiliki reliabilitas Cronbach’s  $\alpha$  0.801. Sedangkan reliabilitas pada dimensi *appearance orientation* yaitu Cronbach’s  $\alpha$  0.748 dan pada dimensi *appearance evaluation* yaitu Cronbach’s  $\alpha$  0.768.

Terakhir, instrumen *social comparison* menggunakan skala *Physical Appearance Comparison Scale-Revised* (PACS-R) oleh Schaefer dan Thompson (2014). Pada penelitian ini, konteks *social comparison* difokuskan pada individu yang membandingkan penampilan fisiknya dengan orang lain, sehingga peneliti menggunakan skala *social comparison* yang berfokus pada *physical appearance comparison*. Item berbahasa Inggris ini selanjutnya diadaptasi oleh peneliti

ke Bahasa Indonesia, yang kemudian melewati tahap uji *expert judgement* dan uji bahasa. Terdapat 11 item dalam skala ini yang merupakan item *favorable*. Skala ini menggunakan skala Likert yang terdiri dari rentang 0 (tidak pernah) sampai dengan 4 (selalu). Salah satu contoh item pada skala ini adalah “Ketika sedang bermain instagram, saya membandingkan penampilan fisik saya dengan penampilan fisik orang lain”. Alat ukur ini memiliki skor reliabilitas Cronbach’s  $\alpha$  0.948.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional *cross-sectional*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam pemilihan sampel merupakan *convenience sampling*. Menurut Etikan, Musa, dan Alkassim (2016), *convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan aksesibilitas maupun populasi sasaran peneliti yang memenuhi kriteria tertentu. Peneliti akan menyebarkan survei melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Twitter untuk mendapatkan sampel. Hasil data penelitian yang didapatkan akan dianalisis menggunakan uji linier berganda menggunakan software JASP 0.17.3.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil data yang telah didapatkan, terdapat 155 partisipan dengan persebaran data demografis yang dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan data tersebut, mayoritas partisipan berusia 19 tahun, yaitu sebanyak 34.2%. Data tersebut menunjukkan bahwa konten Instagram yang paling sering diakses oleh partisipan adalah konten *fun* atau hiburan.

Peneliti melakukan uji hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda untuk hipotesis mayor dan minor, yang dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *body image* dan *self-esteem*,  $\beta = 0.438$ ,  $p < .01$ , sehingga hipotesis minor diterima. Tabel 2 menunjukkan bahwa peran *social comparison* dalam memoderasi *body image* tidak memiliki korelasi yang signifikan terhadap *self-esteem*,  $\beta = 0.220$ ,  $p = 0.558$ , yang berarti hipotesis mayor ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa H1 ditolak dan Ho diterima, sehingga ditemukan bahwa tidak ada pengaruh *social comparison* sebagai variabel moderator.

Selanjutnya, peneliti mencoba melakukan uji regresi ganda antara variabel *body image* dan *social comparison* terhadap *self-esteem*. Tabel 2 pada  $R^2$  menunjukkan bahwa kontribusi variabel *body image* dan *social comparison* secara bersama-sama terhadap *self-esteem* sebesar 49.1%, sedangkan 48.9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Regresi Masing-masing Variabel Bebas**

Variabel	Unstandardized	Std. Error	Standardized	p-value
<i>Body image</i>	0.293	0.081	0.438	< .001
<i>Social comparison</i>	-0.379	0.240	-0.609	0.220
SC*BI	0.002	0.004	0.220	0.587

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Regresi Ganda**

	R	R <sup>2</sup>	F	p
<i>Body image &amp; social comparison</i> terhadap <i>self-esteem</i>	0.701	0.491	48.576	< .001

Hasil uji hipotesis mayor menunjukkan bahwa *social comparison* tidak memiliki pengaruh dalam memoderasi *body image* untuk meningkatkan maupun menurunkan *self-esteem*. Salah satu faktor penyebabnya adalah keberagaman jenis konten yang tersedia di Instagram (Mancin, Cerea, Bottesi, & Ghisi, 2023). Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan mengakses konten yang bersifat hiburan seperti video lucu, *meme*, video hewan, *game*, dan musik. Jenis konten yang diakses oleh individu dipengaruhi oleh kebutuhan dan motivasi pribadi dalam menggunakan Instagram (Huang & Su, 2018), yang mana pada penelitian ini partisipan menggunakan Instagram untuk mendapatkan hiburan. Sejalan dengan pandangan Fidan dkk. (2021) serta Muhammad (2018), bahwa Instagram berfungsi sebagai media untuk mengurangi stres dan ketegangan, di mana remaja cenderung menggunakannya sebagai platform *entertainment* dan *sharing*.

Faktor lain yang menjadi alasan ketidak berpengaruhnya *social comparison* dalam memoderasi *self-esteem* adalah maraknya gerakan *body positivity* di Instagram. *Body positivity* merupakan gerakan yang membantah adanya *body image* ideal yang beredar di media untuk menghentikan diskriminasi dan ekspektasi masyarakat terhadap perbedaan penampilan fisik (Afful & Ricciardelli, 2015). Pada 2019, gerakan *body positivity* mulai berkembang di Instagram dan semakin berkembang hingga sekarang, yang dibuktikan dengan banyaknya akun maupun *brand* yang menyuarakan *body positivity*, serta adanya *campaign* “*Instagram vs Reality*” (Tiggemann & Anderberg 2020). Gerakan ini menyebabkan pengguna Instagram semakin *aware* dan menormalisasi perbedaan penampilan fisik, sehingga menurunkan intensi *social comparison* terkait *body image* (Tiggemann & Anderberg, 2020). Didukung hasil penelitian Mancin dkk. (2023) bahwa mengikuti maupun melihat konten *beauty* dan *fashion* tidak berkorelasi dengan *body image* individu, karena individu yang *aware* dengan perbedaan penampilan fisik cenderung menjaga sikap positif terhadap tubuh mereka dengan mempertahankan penerimaan dan kecintaan terhadap tubuhnya. Selain itu, hal ini juga memunculkan sikap bagi individu untuk menghindari konten yang dapat memicu perilaku *social comparison* (Mancin dkk., 2023) dan lebih memilih untuk mengakses konten *entertainment* yang bersifat netral dalam penampilan, seperti konten hewan, desain, edukasi, dan lain sebagainya (Cohen, Irwin, Newton-John, & Slater, 2019).

Pada penelitian ini, variabel lain yang lebih mempengaruhi *social comparison* dalam memoderasi *self-esteem* adalah *achievements*. Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas partisipan berusia 19 tahun, atau dalam kategori *emerging adulthood* (Santrock, 2011). Studi menunjukkan bahwa *emerging adulthood* berada pada masa transisi dari remaja menuju dewasa awal, di mana



remaja sedang beradaptasi untuk menuju dunia perkuliahan dan memasuki dunia pekerjaan, sehingga remaja memiliki tanggung jawab untuk mempersiapkan masa depannya (Qolbi, Chodijah, & Musthofa, 2020; Spisakova & Raczova, 2020). Tugas perkembangan ini mendorong remaja berfokus pada *achievements*, di mana individu akan melakukan eksplorasi pada *lifestyle*, pendidikan, tujuan, dan karir (Santrock, 2011; Syachfira & Nawangsih, 2020).

Pada hal ini, Instagram menyediakan *platform* bagi Individu untuk membangun *image* diri dan mengakses postingan terkait *lifestyle*, prestasi akademik, pencapaian kerja, aset (rumah dan kendaraan), dan produktivitas (Chairunnisah & Kurnia, 2023; Yang, Holden, & Carter, 2018). Di tengah *trend hustle culture* yang muncul pada masa pandemi, khususnya di kalangan pelajar Indonesia, individu cenderung terpaku pada pola pikir yang mendorong mereka untuk bekerja dan produktif secara berlebihan (Chairunnisah & Kurnia, 2023). Kebutuhan untuk mempersiapkan masa depan membawa remaja untuk melakukan *comparison* terhadap orang lain untuk memotivasi individu dalam menetapkan tujuan yang menantang (Kar, Tripathi, Tyagi, & Sharma, 2023; Sari & Mulawarman, 2021). Hal ini menciptakan lingkungan yang kompetitif, di mana remaja berlomba-lomba untuk mengikuti organisasi, magang, dan *volunteer* (Sari, Abidin, & Poerana, 2024).

Temuan dari penelitian Kam dan Prihadi (2021) serta Syachfira dan Nawangsih (2020) juga menunjukkan bahwa remaja cenderung membandingkan keterampilan terkait prestasi, *lifestyle*, hubungan sosial, dan materi, daripada sekadar mempertimbangkan opini subjektif. Hal serupa ditemukan dalam penelitian Putri dan Virlia (2023) yang melakukan penelitian pada *platform* lain berbasis gambar, yaitu TikTok dan menemukan bahwa remaja cenderung memiliki perilaku *comparison* ketika terpapar konten yang menunjukkan materi atau kemampuan.

Pada penelitian ini juga diajukan hipotesis minor yang mengaitkan pengaruh *body image* terhadap *self-esteem*, di mana hipotesis diterima tertera pada tabel 2. Pada masa remaja, individu memiliki berbagai dinamika biologis dan psikologis terkait dengan fisiknya, seperti perubahan fisik akibat pubertas, tugas perkembangan untuk membangun identitas fisik, lingkungan sosial, dan hubungan yang lebih intim dengan lawan jenis (Rai, Bhardwaj, & Nohwal, 2020; Santrock, 2018). Adanya dinamika ini mengakibatkan remaja mulai memperhatikan penampilan fisiknya, menilai pandangan orang lain terhadap penampilannya, serta mempelajari apa yang membuat orang lain tertarik terhadap penampilan fisiknya (Pedalino & Carmerini, 2022). Sehingga, *body image* merupakan hal yang penting untuk remaja bangun untuk dapat meningkatkan kepercayaan diri, yang mengarahkan pada peningkatan *self-esteem* (Afana dkk., 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Fadhillah dan Indrijati (2022) serta Javaid dan Ajmal (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *body image* dan *self-esteem*.

Pada konteks ini, media sosial, khususnya Instagram menjadi media *self-presentation* bagi remaja, di mana pengguna dapat mengunggah foto dirinya secara bebas (Pedalino & Carmerini, 2022). Sehingga, Instagram menjadi sarana bagi remaja untuk mengeksplorasi dan membentuk *body image* melalui unggahan foto maupun video, serta umpan balik seperti *like* dan *feedback* yang didapatkan (Fidan dkk., 2021; Huang & Su, 2018). *Feedback* dan *like* yang didapatkan individu memiliki peran penting bagi remaja untuk dapat menilai bagaimana pandangan orang lain terhadap penampilan fisiknya, mengevaluasi terkait hal-hal yang harus diubah maupun dipertahankan, serta belajar memahami gambaran penampilan fisik yang diterima dan dianggap populer oleh lingkungannya (Indriani & Suhana, 2023). Oleh karena itu, remaja cenderung merasa tertekan untuk dapat terlihat sempurna di postingan Instagram nya (Pedalino & Carmerini, 2022; Wolfers & Utz, 2022). Ketika individu menerima umpan balik yang positif, maka individu akan merasa puas dengan penampilan fisik mereka, yang kemudian akan meningkatkan *self-esteem* individu (Aggarwal, 2020; Cash & Pruzinsky, 2002), begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, adanya dinamika remaja terkait dengan penampilan fisiknya mengakibatkan *body image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self-esteem*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *social comparison* tidak memiliki pengaruh dalam memoderasi *body image* terhadap *self-esteem*. Temuan ini diakibatkan oleh beberapa faktor seperti aktivitas penggunaan Instagram sebagai media *entertainment*, *awareness* pengguna terhadap *body positivity*, serta pengaruh variabel lain yaitu *achievements*. Di samping itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *self-esteem* pengguna Instagram dipengaruhi oleh *body image* individu. Adanya tugas perkembangan remaja terkait penampilan fisik, mengakibatkan *body image* penting untuk dibangun dan apabila remaja mengalami kepuasan dengan *body image* nya, maka akan meningkatkan *self-esteem* individu.

Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menempatkan *social comparison* sebagai variabel bebas. Peneliti selanjutnya juga disarankan agar dapat melakukan penelitian ulang terkait dengan variabel lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap *social comparison* sebagai moderator *self-esteem*. Misalkan, pada penelitian ini ditemukan bahwa remaja cenderung membandingkan *achievements* dibandingkan dengan *body image* ketika bermain Instagram. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti terkait variabel *achievement*, terlebih pada konteks budaya *hustle* yang sedang menjadi *trend*. Dikarenakan persebaran data yang tidak merata, mayoritas partisipan dalam penelitian ini adalah remaja yang dalam fase *emerging adulthood*. Sehingga, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menargetkan *emerging adulthood* sebagai partisipan penelitian. Selain itu, dikarenakan hipotesis penelitian

ditolak akibat adanya mayoritas konten yang diakses partisipan merupakan konten *fun* dan remaja menggunakan Instagram untuk menonton konten orang lain, penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk dapat menggali motif maupun tujuan remaja dalam menggunakan Instagram. Sehingga peneliti selanjutnya dapat mengetahui kemungkinan terkait penyebab gagalnya *social comparison* dalam memperkuat pengaruh *body image* terhadap *self-esteem*, maupun menemukan pengaruh tujuan penggunaan Instagram terhadap *body image* dan *self-esteem* remaja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afana, N. H., Astuti, N. W., & Sari, M. P. (2021). The relationship between Instagram usage & body image of social media influencer followers: Social comparison as a mediator. *Advances in Social Sciences, Education and Humanities Research*, 570, 1328-1334. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.208>
- Afful, A.A., & Ricciardelli, R. (2015), Shaping the online fat acceptance movement: Talking about body image and beauty standards. *Journal of Gender Studies*, 24, 453-472, <https://doi.org/10.1080/09589236.2015.1028523>
- Aggarwal, P. (2020). Social media use for body comparison, body image concern and self-esteem. *International Journal of Indian Psychology*, 8(2). <https://doi.org/10.25215/0802.064>
- Argyrides, M., & Kkeli, N. (2013). Multidimensional body-self relations questionnaire-appearance scales: Psychometric properties of the Greek version. *Psychological Reports*, 113(3), 885-897. <https://doi.org/10.2466/03.07.pr0.113x29z6>
- Arya, R., & Sharma, S. (2021). Body positivity: Role of media exposure. *Bilingual International Research Journal*, 11(41), 77-82.
- Axelta, A., & Abidin, F. A. (2022). Depresi pada remaja: Perbedaan berdasarkan faktor biomedis dan psikososial. *Jurnal Kesmas (Kesehatan Masyarakat) Khatulistiwa*, 9(1), 34-48. <http://dx.doi.org/10.29406/JKMK.v9i1.3207>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan kabupaten/kota provinsi Jawa Timur (Jiwa), 2021-2023*. Diunduh dari <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/375/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.html>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: The Guilford Press.
- Chairunnisah, A., & Kurnia, L. (2023). Hustle culture in social media: Exploring the imagined success in the modern era. *Athena: Journal of Social, Culture and Society*, 1(4), 180-191. <https://doi.org/10.58905/athena.v1i4.151>

- Choudhury, N.R., & Reddy, V.N. (2021). Body image dissatisfaction in young adults: Impact of social media use. *International Journal of Education and Psychological Research (IJEPR)*, 10(3), 15-18.
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
- Etikan, I., Musa, S.A., & Alkassim, R.S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <http://dx.doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fadhillah, A. S. A., & Indrijati, H. (2022). Hubungan antara self-esteem dan body image pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(1), 201-211. <http://dx.doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.31961>
- Fidan, M., Debbag, M., & Fidan, B. (2021). Adolescents like Instagram! From secret dangers to an educational model by its use motives and features: An analysis of their mind maps. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(4), 501-531. <http://dx.doi.org/10.1177/0047239520985176>
- Gaol, L.A.L., Mutiara, A.B., Saraswati, N.L., Rahmadini, R., & Hilmah, M.A. (2018). The relationship between social comparison and depressive symptoms among Indonesian Instagram users. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 139, 130-137.
- Hill, A., & Denman, L. (2016). Adolescent self esteem and Instagram: An examination of posting behavior. *Concordia Journal of Communication Research*, 3(1), 4. <http://dx.doi.org/10.54416/NTGE5234>
- Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8), 77. <http://dx.doi.org/10.3390/fi10080077>
- Indriani, A., & Suhana. (2023). Hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan body image pada emerging adulthood. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 3(2), 953-959. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v3i2.7430>
- Javaid, Q. A., & Ajmal, A. (2019). The impact of body image on self-esteem in adolescents. *Clinical and Counselling Psychology Review*, 1(1), 44-54. <http://dx.doi.org/10.32350/ccpr.11.04>
- Kam, S. Y., & Prihadi, K. D. (2021). Why students tend to compare themselves with each other? The role of mattering and unconditional self-acceptance. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(2), 441-447. <http://dx.doi.org/10.11591/ijere.v10i2.21238>

- Kapur, S. (2015). Adolescence: The stage of transition. *Horizons of Holistic Education*, 2, 233-250.
- Kar, P., Tripathi, N., Tyagi, S., & Sharma, Y. (2023). Impact of social media on the stress level of college students. *International Journal of Educational Science and Research (IJESR)*, 11(2), 31-44.
- Keshk, M. M., Fahim, H. I., Hassan, A. M., Boulos, D. N., & Sector, P. (2019). Body image perception and self-esteem among university students in Cairo. *Egyptian Journal of Community Medicine*, 37(1), 82-96. <https://doi.org/10.21608/ejcm.2019.28135>
- Kawira, C., Chiroma, N., & Wambugu, A. (2021). Precious puberty and the self-esteem of preadolescent girls. *International Journal of Education, Psychology and Counselling (IJEPC)*. 6(38), 35-45. <http://dx.doi.org/10.35631/IJEPC.638004>
- Mancin, P., Cerea, S., Bottesi, G., & Ghisi, M. (2023). Instagram use and negative and positive body image: The relationship with following accounts and content and filter use among female students. *Current Psychology*, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-05204-w>
- Moningka, C., & Eminiari, P. R. (2020). The effect of self-comparison in social media on self-esteem. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 494, 383-389. <http://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.201125.032>
- Mruk, C.J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice*. Springer Publishing Company, Inc.
- Muhammad, F. M. (2018). Instagram effects as social media toward adolescence and young adult users: Uses and gratification approach. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 165, 204-206. <http://dx.doi.org/10.2991/iccsr-18.2018.44>
- NapoleonCat. (2022, January). *Instagram users in Indonesia - January 2022*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/01/>
- Orth, U., Erol, R. Y., & Luciano, E. C. (2018). Development of self-esteem from age 4 to 94 years: A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological bulletin*, 144(10), 1045. <http://dx.doi.org/10.1037/bul0000161>
- Pedalino, F., & Camerini, A. L. (2022). Instagram use and body dissatisfaction: The mediating role of upward social comparison with peers and influencers among young females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031543>
- Putri, K. A. D., & Virlia, S. (2023). Pengaruh harga diri dan adiksi media sosial terhadap tingkat kecemasan sosial pada remaja pengguna TikTok. *Jurnal Psikologi Gunadarma*, 16(2), 328-341. <https://doi.org/10.35760/psi.2023.v16i2.8077>

- Qolbi, F. H., Chodijah, S., & Musthofa, A. (2020). Masa emerging adulthood pada mahasiswa: Kecemasan akan masa depan, kesejahteraan subjektif, dan religiusitas Islam. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 17(1), 44–54. <https://doi.org/10.18860/psi.v17i1.8821>
- Rai, A., Bhardwaj, A., & Nohwal, T. (2020). Self-esteem and body image - A correlational study. *Journal on Humanities & Social Sciences*, 1(4), 41-50. <http://dx.doi.org/10.26634/jhss.1.4.17747>
- Rembulan, C. L., & Liem, A. (2014). Identification of body image problem: Implications for promoting body image resilience in female college students. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, 30(1), 45-46. <http://dx.doi.org/10.24123/aipj.v30i1.534>
- Ricciardelli, L.A., & Yager, Z. (2016). *Adolescent and body image: From development to preventing dissatisfaction*. Routledge Taylor and Francis Group
- Rosenberg, M. (1965). *Society and adolescent self-image*. Quinn & Boden Company, Inc.
- Santrock, J.W. (2018). *Educational psychology* (6th ed). New York: McGraw Hill
- Santrock, J.W. (2011). *Life-span development* (13th ed). McGraw Hill
- 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. <http://dx.doi.org/10.26539/teraputik.52732>
- Sari, A. N., Abidin, Z., & Poerana, A. F. (2024). Presentasi diri dan praktik hustle culture pada mahasiswa. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 296-307. <http://dx.doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3915>
- Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2014). The development and validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R). *Eating Behaviors*, 15(2), 209–217. doi:10.1016/j.eatbeh.2014.01.001
- Sharifabad, M. A. M., Hesary, F. B., Miri, M. R., Dastjerdi, R., & Sharifzadeh, G. R. (2020). Self-esteem in adolescent girls: A qualitative study. *Women's Health Bulletin*, 7(2), 26-32. <https://doi.org/10.30476/WHB.2020.84215.1028>
- Singh, U., & Manju, M. (2022). Correlates of body image and self-esteem among adolescents. *International Journal of Health Sciences*, 6(6), 4147-4154. <http://dx.doi.org/10.53730/ijhs.v6nS6.10579>
- Spišáková, D., & Ráczová, B. (2020). Emerging adulthood features: An overview of the research in approaches and perspectives in goals area. *Individual and Society*, 23, 1-16. <http://dx.doi.org/10.31577/cas.2020.01.565>

- Syachfira, N., & Nawangsih, E. (2020). Hubungan social comparison dan self-esteem pada mahasiswa pengguna Instagram. *Prosiding Psikologi*, 6(2), 554-559. <http://dx.doi.org/10.29313/v6i2.23136>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs. reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183–2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>
- Wolfers, L. N., & Utz, S. (2022). Social media use, stress, and coping. *Current Opinion in Psychology*, 45, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2022.101305>
- Yang, C. C., Holden, S. M., & Carter, M. D. (2018). Social media social comparison of ability (but not opinion) predicts lower identity clarity: Identity processing style as a mediator. *Journal of Youth and Adolescence*, 47, 2114-2128. <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0801-6>