
**HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DAN SELF-ESTEEM
PADA SISWA SMA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Dwi Angel Grace Natalia Sihombing¹, Karina Meriem Beru Brahmana²
[¹dwi.angel@student.uhn.ac.id](mailto:dwi.angel@student.uhn.ac.id), [²karinabrahmana@uhn.ac.id](mailto:karinabrahmana@uhn.ac.id)
Universitas HKBP Nommensen Medan

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan media sosial TikTok di kalangan remaja memungkinkan terjadinya social comparison melalui paparan konten penampilan, prestasi, dan gaya hidup orang lain. Kondisi tersebut diduga berkaitan dengan tingkat self-esteem remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social comparison dan self-esteem pada siswa SMA pengguna media sosial TikTok. Pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional diterapkan dalam penelitian ini. Sampel berjumlah 88 siswa SMA yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan Skala Social Comparison dan Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Analisis data menggunakan teknik korelasi Spearman Rank karena hasil uji asumsi menunjukkan hubungan antarvariabel tidak linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara social comparison dan self-esteem pada siswa SMA pengguna media sosial TikTok ($r = 0,079$; $p = 0,463$; $p > 0,05$), sehingga hipotesis penelitian ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa social comparison tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan self-esteem pada siswa SMA pengguna media sosial TikTok. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa self-esteem remaja kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Social Comparison, Self-Esteem, TikTok, Remaja, Siswa SMA, Media Sosial, Korelasi.

PENDAHULUAN

Di era yang serba digitalisasi ini berdampak pada perubahan terhadap pola interaksi sosial masyarakat. Masifnya penggunaan media sosial dan internet di tengah perkembangan era digital ini tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial kini sudah menjadi sarana utama sebagian besar masyarakat dalam memperoleh informasi berkomunikasi dan bahkan menjalin relasi sosial pada kalangan masyarakat dari berbagai daerah. Berdasarkan laporan Data reportal oleh (Kemp, 2025), Terdapat 212 juta orang yang menggunakan internet di Indonesia di awal tahun 2025 dimana presentase nya mencapai 74,6%.

Sementara itu menurut We are social (2025), jumlah penggunaan media sosial di Indonesia telah mencapai angka 143 juta dengan presentase 50,2% dari total populasi masyarakat di Indonesia yang berarti sebagian masyarakat indonesia telah tersentuh perkembangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya penggunaan platform digital di era kehidupan modern ini memiliki peran penting. Media sosial di era ini tidak hanya digunakan sebagai media penyedia hiburan semata, namun media sosial ini juga digunakan sebagai media penyedia informasi yang cepat dan mudah diakses, selain itu media sosial berperan aktif dalam penyebaran informasi terkait aktivitas kepada para pengikut atau jaringan sosial. (Fitri & Indah, 2024).

Beragam platform media sosial kini telah banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Salah satu aplikasi yang paling populer adalah aplikasi TikTok. Menurut survei APJII (dalam Kompas.com, 2025), TikTok menjadi media sosial paling populer dengan pengguna aktif mencapai 35,17%. Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang

memungkinkan penggunanya untuk membagikan dan menonton video berdurasi pendek yang dapat menampilkan diri (Smai et al., 2023).

Jumlah Pengguna media sosial Tiktok di Indonesia dari tahun ke tahun turut menunjukkan peningkatan. Jika dibandingkan dalam tiga tahun terakhir, jumlah pengguna media sosial Tiktok di Indonesia mengalami peningkatan dari 92,07 juta pada tahun 2022, menjadi 109,9 juta, pada tahun 2023 meningkat lagi menjadi 126,8 juta, dan pada tahun 2024, serta meningkat kembali menjadi 143 juta pada tahun 2025 (Kemp, 2022; Kemp, 2023; Kemp, 2024; Kemp, 2025). Kondisi tersebut memperkuat bahwa platform media sosial TikTok, semakin banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial Tiktok menjadi salah satu ruang digital yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial, penyajian citra diri melalui konten yang ditampilkan.



Berdasarkan data Business of Apps, pengguna TikTok didominasi oleh kelompok usia 18–24 tahun, disusul oleh kelompok usia 25–34 tahun, serta kelompok usia 13–17 tahun yang mencapai sekitar 15% dari total pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya tinggi pada usia dewasa awal, tetapi juga signifikan pada kelompok remaja. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari kalangan kelompok usia di Indonesia.

Meskipun kelompok usia 18–24 tahun merupakan pengguna terbanyak, kelompok remaja usia 13–17 tahun yang berada pada jenjang Pendidikan SMP dan SMA termasuk kelompok pengguna aktif yang relevan untuk diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Smai et al. (2023) menunjukkan adanya hubungan antara social comparison dan self-esteem pada siswa SMA pengguna TikTok. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa semakin tinggi social comparison, maka semakin rendah self-esteem pada siswa SMA pengguna TikTok. Temuan ini memperkuat bahwa kelompok remaja SMA merupakan populasi yang penting untuk dikaji dalam konteks penggunaan TikTok dan dampaknya terhadap perkembangan psikologis.

Berdasarkan teori perkembangan, remaja SMA berada di tahap remaja madya menuju akhir dimana di fase ini remaja berada ditahap identity versus role confusion, yaitu fase ketika individu berusaha memahami identitas, nilai, dan peran sosialnya (Erikson, 1968). Pada tahap ini, remaja menjadi lebih peka terhadap penilaian sosial dan lebih sering melakukan refleksi diri. Sensitivitas terhadap evaluasi sosial tersebut membuat remaja lebih mudah terdorong untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, terutama dalam konteks media sosial yang menyajikan berbagai

Kemunculan media sosial TikTok memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten yang menampilkan sisi terbaik dari diri mereka. TikTok kerap digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri agar dapat dilihat oleh orang lain dan memperoleh respon dari orang lain. Namun, durasi penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif bagi para penggunanya, diantaranya yaitu gangguan emosional yang dapat mempengaruhi

kehidupan sehari-hari penggunaannya, berdampak terhadap harga diri atau self-esteem atau evaluasi terhadap dirinya sendiri serta menimbulkan perilaku membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain (Voge et al., 2014; Taylor & Armes, 2024). Fenomena tersebut merupakan masalah karena salah satu pengguna aktif TikTok merupakan remaja SMA. Masa remaja merupakan tahap perkembangan yang penuh dinamika, di mana subjek berusaha menemukan identitas diri, memperoleh kemandirian, serta membangun citra diri yang positif. (Santrock, 2013)

Self-esteem atau harga diri merupakan evaluasi menyeluruh individu terhadap dirinya sendiri Rosenberg (dalam Baun et al., 2023). Pada siswa SMA yang berada dalam transisi remaja madya menuju akhir, self-esteem memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk rasa percaya diri, ketahanan psikologis, serta kesiapan menghadapi tuntutan perkembangan selanjutnya. Individu dengan self-esteem tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap dirinya, sedangkan individu dengan self-esteem rendah cenderung merasa kurang berharga dan lebih mudah mengalami kecemasan (Santrock, 2019).

Fenomena self-esteem dan social comparison menunjukkan dinamika yang saling terkait. Self-esteem merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara keseluruhan, yang mencerminkan rasa berharga dan kemampuan diri (Rosenberg, 1965). Sebaliknya, social comparison adalah proses individu membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai acuan evaluasi diri (Festinger, 1954). Dinamika keduanya terlihat ketika hasil perbandingan sosial dapat memengaruhi persepsi nilai diri; perbandingan yang positif cenderung meningkatkan self-esteem, sedangkan perbandingan negatif dapat menurunkannya (Buunk & Gibbons, 2007). Dengan demikian, social comparison berfungsi sebagai proses yang memicu evaluasi diri, sedangkan self-esteem merupakan hasil evaluasi yang terbentuk dari pengalaman tersebut (Rosenberg, 1965).

Pemilihan kedua variabel ini penting untuk memahami bagaimana interaksi sosial melalui media sosial berdampak pada perkembangan psikologis siswa SMA. Hal ini merupakan masalah bagi para siswa SMA karena berdampak pada kecenderungan fenomena perbandingan sosial atau social comparison. Fenomena yang terjadi di masa digital ini banyak remaja SMA mengalami kecenderungan melakukan evaluasi diri social comparison di antara para penggunaannya. Remaja yang merupakan kelompok usia dalam tahap perkembangan identitas diri, sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial (Santrock, 2019). Proses pencarian jati diri yang dialami oleh remaja seringkali membuat mereka lebih sensitif terhadap penilaian dan persepsi orang lain (Santrock, 2019).

Dalam konteks penggunaan TikTok, remaja SMA kerap kali memperoleh paparan pada berbagai konten yang menunjukkan kehidupan orang lain, pencapaian, dan penampilan fisik individu lain yang tampak lebih menarik atau lebih sukses (Smai et.al, 2023). Hal ini dapat memicu terjadinya social comparison, di mana remaja mulai membandingkan diri mereka dengan individu lain yang mereka lihat di platform tersebut (Smai et.al, 2023). Proses perbandingan sosial ini tidak jarang menimbulkan perasaan kurang percaya diri, rendah diri, bahkan kecemasan apabila remaja merasa dirinya tidak mampu mencapai standar yang ditampilkan oleh orang lain di media sosial (Vogel et al., 2014 (dalam Syaflia et al., 2024)).

Fenomena ini juga tampak dalam kehidupan sehari-hari siswa SMA. Berdasarkan wawancara non-formal terhadap dua siswa SMA pengguna aktif media sosial TikTok dengan pertanyaan: Bagaimana pengalaman remaja pengguna media sosial dalam melakukan perbandingan diri, jenis media sosial apa yang remaja gunakan, serta Apakah melihat teman atau konten tertentu di media sosial membuat remaja termotivasi atau merasa minder. berdasarkan pertanyaan tersebut diperoleh gambaran empiris berikut:

“Pencapaian yang bagus belum ada sih kak cuma pencapaian biasa aja. Kalau untuk media sosial yang aku gunakan itu Instagram dan TikTok kak, dan biasanya aku kalau lihat ada

temanku yang berprestasi dan cantik juga anaknya rasanya tuh dia kok bisa ya sesempurna itu sedangkan aku biasa aja.” (A, Siswa SMA X Medan, November 2025)

Pada kutipan tersebut menunjukkan adanya fenomena proses perbandingan kemampuan (ability comparison) siswa membandingkan pencapaian dirinya yang dianggap “biasa saja” dengan temannya yang dinilai lebih berprestasi dan menarik. Sementara itu, siswa membentuk penilaian (opinion comparison) yang menganggap dirinya tidak sebaik temannya, sehingga muncul persepsi diri yang lebih rendah. Dengan demikian, remaja melakukan evaluasi diri baik dari segi kemampuan maupun cara memandang nilai dirinya berdasarkan standar orang lain di media sosial.

“Untuk pencapaian yang aku dapat, ada sih kak tapi kalau dibandingkan sama pencapaian yang aku lihat di tiktok itu masih jauhlah aku kak. Apalagi ada dari mereka yang seusia ku sudah bisa mendapakan prestasi yang keren terus ada juga yang bisa mendapatkan duit dari hobi mereka, sedangkan aku gini gini aja, minder sih sedikit kak” (C, Siswa SMA X Medan, November 2025)

Pada kutipan tersebut menunjukkan adanya fenomena perbandingan kemampuan (ability comparison) dan perbandingan pendapat/sikap (opinion comparison) yang terjadi pada siswa tersebut. Siswa membandingkan capaian pribadinya (ability comparison) dengan individu seusia yang dilihat di TikTok, terutama dalam hal prestasi dan kemampuan memperoleh penghasilan dari hobi. Perbandingan ini menimbulkan persepsi bahwa pencapaiannya masih tertinggal. Sementara itu siswa tersebut juga menunjukkan adanya penilaian diri (opinion comparison) yang cenderung merendah, ditandai dengan perasaan minder serta anggapan bahwa dirinya belum berkembang secara signifikan. Hal ini menunjukkan proses evaluasi diri yang dipengaruhi oleh standar yang dilihat di media sosial.

Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bahwa paparan pencapaian di media sosial dapat memicu evaluasi diri, baik dalam hal kemampuan maupun dalam pembentukan sikap dan persepsi terhadap diri sendiri. Alih-alih termotivasi, sebagian besar remaja justru merasa tidak cukup baik ketika membandingkan diri mereka sendiri dengan pencapaian orang lain di media sosial (Smai et.al, 2023). Penelitian mengenai hubungan antara social comparison dan self-esteem pada pengguna media sosial telah banyak dilakukan, khususnya pada kelompok remaja dan dewasa awal. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan adanya kecenderungan hubungan negatif antara kedua variabel tersebut, di mana semakin tinggi perbandingan sosial yang dilakukan individu, maka semakin rendah tingkat harga dirinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Alodia dan Suryadi (2021) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara social comparison dan self-esteem pada remaja akhir pengguna Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik purposive sampling terhadap 198 responden berusia 18–22 tahun yang menggunakan Instagram minimal tiga jam per hari. Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman, diperoleh nilai $r = -0,245$ dengan $p < 0,01$, yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dan self-esteem. Artinya, semakin tinggi kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial di Instagram, maka semakin rendah tingkat harga diri yang dimiliki. Meskipun kekuatan hubungan tergolong lemah, arah korelasi yang negatif mengindikasikan bahwa aktivitas membandingkan diri dengan orang lain di media sosial dapat berkontribusi pada penurunan evaluasi diri secara global.

Selain itu, penelitian tersebut juga menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan social comparison maupun self-esteem berdasarkan usia dan jenis kelamin ($p > 0,05$). Namun, terdapat perbedaan signifikan social comparison berdasarkan durasi penggunaan Instagram ($F = 3,098$; $p = 0,017$), yang menunjukkan bahwa semakin lama durasi penggunaan media sosial, semakin tinggi kecenderungan melakukan perbandingan sosial (Alodia & Suryadi, 2021).

Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas paparan media sosial berpotensi meningkatkan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain.

Sejalan dengan penelitian tersebut, Bergagna dan Tartaglia (2018) meneliti hubungan antara self-esteem, social comparison orientation, dan penggunaan Facebook pada 250 mahasiswa di Italia dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa self-esteem berhubungan negatif secara signifikan dengan social comparison orientation ($r = -0,33$; $p < 0,01$). Selain itu, social comparison orientation berperan sebagai mediator dalam hubungan antara self-esteem dan intensitas penggunaan Facebook. Individu dengan self-esteem rendah cenderung memiliki orientasi perbandingan sosial yang lebih tinggi, yang kemudian mendorong penggunaan media sosial secara lebih intens, khususnya untuk tujuan simulasi diri. Dengan demikian, social comparison tidak hanya berhubungan langsung dengan harga diri, tetapi juga menjadi mekanisme psikologis yang menjelaskan perilaku penggunaan media sosial.

Lebih lanjut, penelitian eksperimental yang dilakukan oleh Taylor dan Armes (2024) menguji pengaruh social comparison di Instagram terhadap self-esteem dan body-esteem menggunakan desain eksperimen 3×2 (upward comparison, downward comparison, dan neutral condition). Hasil analisis menunjukkan adanya interaksi signifikan antara jenis perbandingan dan waktu pengukuran terhadap self-esteem ($F(2,46) = 4,82$; $p = 0,013$; $\eta^2 = 0,17$). Secara spesifik, self-esteem meningkat secara signifikan setelah partisipan terpapar konten downward comparison, namun tidak mengalami perubahan signifikan pada kondisi upward comparison maupun kondisi netral.

Pada variabel body-esteem, ditemukan bahwa paparan upward comparison menyebabkan penurunan signifikan pada persepsi terhadap tubuh, sedangkan downward comparison meningkatkan body-esteem. Temuan ini menunjukkan bahwa jenis perbandingan sosial yang terjadi di Instagram memiliki dampak berbeda terhadap evaluasi diri individu. Paparan konten yang menampilkan standar ideal cenderung memicu perbandingan ke atas (upward comparison) yang berpotensi menurunkan persepsi positif terhadap diri (Taylor & Armes, 2024). Kondisi ini juga relevan dalam konteks remaja, mengingat pada masa perkembangan tersebut individu cenderung lebih sensitif terhadap penilaian sosial dan lebih sering melakukan perbandingan dengan orang lain (Santrock, 2019).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hasanati dan Aviani (2020) dalam Jurnal Pendidikan Tambusai meneliti hubungan social comparison dengan self-esteem pada pengguna Instagram di Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik incidental sampling pada 152 responden usia 18–35 tahun. Analisis menggunakan Pearson Product Moment menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dan self-esteem ($r = -0,369$; $p < 0,05$). Selain itu, social comparison memberikan kontribusi sebesar 13,6% terhadap self-esteem. Hasil ini menunjukkan bahwa aktivitas membandingkan diri melalui Instagram berkaitan dengan penurunan evaluasi diri individu. Artinya, ketika individu semakin sering membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih baik, maka harga diri yang dimiliki cenderung menurun.

Penelitian lain dilakukan oleh Fitri dan Cholilah (2021) dalam *Psychospiritual: Journal of Trends in Islamic Psychological Research*, yang meneliti hubungan social comparison dengan self-esteem pada mahasiswa pengguna TikTok di Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 205 mahasiswa. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai $r = -0,247$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dan self-esteem. Walaupun tingkat korelasi berada pada kategori rendah, arah hubungan tetap menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan membandingkan diri di TikTok, maka semakin rendah harga diri mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya

Instagram, tetapi platform berbasis video seperti TikTok juga dapat menjadi ruang terjadinya perbandingan sosial.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Baun dan Rahayu (2023) mengenai hubungan social comparison dengan self-esteem pada emerging adult di Kota Kupang yang mengakses media sosial. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dan menunjukkan adanya hubungan negatif antara kedua variabel. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa individu pada fase emerging adulthood yang aktif menggunakan media sosial cenderung melakukan evaluasi diri berdasarkan standar yang mereka lihat secara daring. Ketika standar tersebut dianggap lebih tinggi dari kondisi diri sendiri, maka muncul kecenderungan penurunan harga diri.

Hal ini selaras dengan temuan Fitri dan Cholilah (2021) yang menyatakan bahwa mahasiswa yang terlibat dalam perbandingan sosial biasanya menetapkan standar yang tinggi berdasarkan figur di media sosial, sehingga muncul kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi nyata yang dimiliki individu. Secara keseluruhan, keenam penelitian tersebut menunjukkan pola hasil yang relatif konsisten, yaitu adanya hubungan negatif antara social comparison dan self-esteem pada pengguna media sosial, baik Instagram maupun TikTok, serta pada kelompok mahasiswa maupun dewasa awal. Meskipun demikian penelitian yang mengangkat kedua variabel ini sudah banyak dilakukan pada kelompok usia dewasa awal maupun remaja.

Namun, masih diperlukan penelitian pada konteks lingkungan yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan kedua variabel. Dalam hal ini, siswa SMA Swasta Nurani Belawan yang berada di wilayah pesisir menjadi konteks yang relevan untuk diteliti. SMA Nurani sebagai lokasi penelitian berada di wilayah pesisir yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda dengan wilayah perkotaan. Sekolah ini berada di wilayah Belawan yang memiliki lingkungan sosial yang heterogen sehingga memberikan kesempatan bagi siswa untuk berinteraksi dengan berbagai latar belakang. Kondisi sosial ekonomi, dan akses lingkungan yang berbeda diketahui dapat memengaruhi proses pembentukan konsep diri dan harga diri remaja (Li et al, 2024).

Selain itu, mayoritas siswa di sekolah ini menggunakan media sosial, khususnya TikTok, sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti dengan beberapa siswa, diperoleh informasi bahwa mereka sering membandingkan diri dengan orang lain setelah melihat konten di TikTok, baik terkait penampilan, prestasi, maupun gaya hidup. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kecenderungan social comparison yang berpotensi memengaruhi self-esteem siswa. Oleh karena itu, karakteristik siswa di SMA Swasta Nurani Belawan dinilai sesuai dengan tujuan penelitian mengenai hubungan antara social comparison dan self-esteem pada siswa pengguna media sosial TikTok. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara social comparison dan self-esteem pada siswa SMA pengguna media sosial, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai dinamika psikologis remaja dalam konteks penggunaan media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain non-eksperimental korelasional. Yaitu metode penelitian yang memanfaatkan analisis statistik untuk menganalisis data. Menurut sugiyono (2013), metode penelitian kuantitatif adalah jenis pendekatan penelitian yang diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen dan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis. Sedangkan pendekatan korelasional bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih tanpa memberikan perlakuan terhadap variabel penelitian. (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social comparison dengan self-esteem pada siswa SMA pengguna aktif media sosial TikTok. Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman Rank diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r_s = 0,079$ dengan nilai signifikansi sebesar $p = 0,463$ ($p > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara social comparison dengan self-esteem pada siswa SMA pengguna aktif media sosial TikTok. Dengan demikian, H_a atau hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara social comparison dengan self-esteem ditolak, sedangkan H_0 diterima.

Meskipun demikian, koefisien korelasi yang bernilai positif menunjukkan adanya kecenderungan bahwa semakin tinggi social comparison yang dilakukan siswa, maka self-esteem juga cenderung meningkat. Akan tetapi, hubungan tersebut berada pada kategori sangat lemah sehingga tidak cukup kuat untuk menunjukkan adanya hubungan yang bermakna secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa social comparison bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi self-esteem pada siswa SMA pengguna aktif media sosial TikTok.

Menurut Festinger (1954), individu memiliki dorongan untuk melakukan social comparison sebagai upaya mengevaluasi kemampuan dan pendapat yang dimilikinya ketika standar objektif tidak tersedia. Melalui proses tersebut individu dapat memperoleh informasi mengenai posisi dirinya dibandingkan dengan orang lain. Namun demikian, dampak dari social comparison tidak selalu sama pada setiap individu. Social comparison dapat menghasilkan konsekuensi yang positif maupun negatif bergantung pada tujuan individu melakukan perbandingan, objek yang dibandingkan, serta cara individu memaknai hasil perbandingan tersebut.

Rosenberg (1965) menjelaskan bahwa self-esteem merupakan evaluasi individu terhadap dirinya secara menyeluruh (global self-esteem). Individu yang memiliki self-esteem tinggi akan memandang dirinya sebagai pribadi yang berharga, memiliki kemampuan, dan mampu menerima dirinya secara positif. Sebaliknya, individu dengan self-esteem rendah cenderung memiliki penilaian negatif terhadap dirinya. Penilaian tersebut terbentuk melalui berbagai pengalaman sosial yang dialami individu, sehingga self-esteem tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas membandingkan diri dengan orang lain, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti dukungan keluarga, penerimaan teman sebaya, pengalaman keberhasilan, lingkungan sekolah, maupun karakteristik kepribadian.

Tidak ditemukannya hubungan yang signifikan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun responden merupakan pengguna aktif media sosial TikTok, aktivitas social comparison yang dilakukan belum tentu memengaruhi penilaian mereka terhadap diri sendiri. Kemungkinan siswa menggunakan TikTok tidak hanya untuk membandingkan diri dengan orang lain, tetapi juga sebagai sarana hiburan, mencari informasi, mengekspresikan diri, maupun menjalin interaksi sosial. Dengan demikian, penggunaan TikTok tidak selalu diikuti oleh kecenderungan menurunnya self-esteem.

Salah satu faktor yang diduga turut menjelaskan tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara social comparison dan self-esteem adalah jenis konten TikTok yang lebih banyak dikonsumsi oleh responden. Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian, mayoritas responden (55,7%) lebih sering mengakses konten yang berisi cerita perjuangan hidup orang lain, diikuti konten mengenai pengalaman kegagalan atau tantangan (21,6%). Sebaliknya, konten yang menampilkan prestasi dan keberhasilan orang lain hanya diakses oleh 4,5% responden, sedangkan konten penampilan dan gaya hidup hanya sebesar 10,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak terpapar pada konten yang menggambarkan proses, usaha, serta pengalaman menghadapi kesulitan dibandingkan konten yang menonjolkan pencapaian atau citra diri yang ideal. Kondisi tersebut diduga membuat proses social

comparison yang dialami responden tidak selalu mengarah pada evaluasi diri yang negatif. Paparan terhadap cerita perjuangan maupun pengalaman kegagalan orang lain memungkinkan responden memandang bahwa setiap individu memiliki tantangan dan proses perkembangan yang berbeda.

Dengan demikian, konten yang dikonsumsi tidak hanya menjadi sarana untuk membandingkan diri, tetapi juga dapat memberikan perspektif, motivasi, maupun pembelajaran sehingga kecenderungan melakukan social comparison tidak serta-merta memengaruhi self-esteem. Oleh karena itu, karakteristik konten TikTok yang dikonsumsi responden kemungkinan menjadi salah satu faktor yang membedakan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang umumnya dilakukan pada pengguna media sosial dengan dominasi konten pencitraan diri, seperti Instagram.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alodia dan Suryadi (2021) yang menemukan adanya hubungan negatif antara social comparison dengan self-esteem pada pengguna Instagram. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi individu melakukan social comparison, maka semakin rendah self-esteem yang dimiliki. Hasil serupa juga ditemukan oleh Hasanati dan Aviani (2020) yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dengan self-esteem pada pengguna Instagram di Kota Bukittinggi. Selain itu, penelitian Bergagna dan Tartaglia (2018) terhadap mahasiswa di Italia juga menunjukkan bahwa aktivitas social comparison melalui Facebook berhubungan dengan rendahnya self-esteem. Perbedaan hasil penelitian ini diduga disebabkan oleh adanya perbedaan karakteristik responden, rentang usia, media sosial yang digunakan, serta konteks penelitian. Instagram dan Facebook lebih banyak menampilkan konten yang berfokus pada pencitraan diri, sedangkan TikTok memiliki karakteristik konten yang lebih beragam, seperti hiburan, edukasi, maupun kreativitas, sehingga pengalaman melakukan social comparison pada setiap platform dapat berbeda.

Di sisi lain, hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dkk. (2025) yang memperoleh hasil hubungan positif namun tidak signifikan antara social comparison dengan self-esteem ($r = 0,291$; $p = 0,056$). Temuan tersebut menunjukkan bahwa social comparison tidak selalu memberikan dampak negatif terhadap self-esteem. Dalam kondisi tertentu, individu dapat memanfaatkan proses perbandingan sosial sebagai sarana evaluasi diri maupun motivasi untuk mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Dengan demikian, arah hubungan antara social comparison dan self-esteem dapat berbeda bergantung pada karakteristik individu maupun konteks sosial yang melatarbelakanginya.

Selain itu, tidak signifikannya hubungan antara kedua variabel dalam penelitian ini juga dapat disebabkan oleh adanya faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian. Beberapa faktor yang diketahui berpengaruh terhadap self-esteem antara lain dukungan sosial dari keluarga dan teman sebaya, pola asuh orang tua, pengalaman keberhasilan akademik maupun nonakademik, kepribadian, penerimaan sosial, serta kemampuan individu dalam mengelola emosi. Faktor-faktor tersebut kemungkinan memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap pembentukan self-esteem dibandingkan dengan kecenderungan melakukan social comparison pada media sosial TikTok.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa social comparison tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan self-esteem pada siswa SMA pengguna aktif media sosial TikTok. Walaupun ditemukan arah hubungan yang positif, hubungan tersebut tergolong sangat lemah sehingga belum dapat dijadikan dasar untuk menyatakan bahwa peningkatan social comparison akan diikuti oleh peningkatan self-esteem.

Pada saat proses pelaksanaan penelitian, peneliti menemukan keterbatasan penelitian pertama sampel hanya berasal dari satu sekolah sehingga generalisasi hasil masih terbatas, kedua peneliti tidak membedakan jenis social comparison yang dialami. Semua bentuk

perbandingan digabung menjadi satu variabel.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan diatas diperoleh kesimpulan berupa rangkuman penelitian yang telah dilakukan:

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara social comparison dengan self-esteem pada siswa SMA pengguna aktif media sosial TikTok. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar $r_s = 0,079$ dengan nilai signifikansi $p = 0,463$ ($p > 0,05$). Meskipun korelasi positif, kekuatan hubungan tersebut sangat lemah sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara social comparison dengan self-esteem ditolak. Dengan demikian, social comparison bukan merupakan faktor yang secara signifikan berhubungan dengan self-esteem pada siswa SMA pengguna aktif media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Social comparison yang dilakukan siswa berada pada kategori sedang dengan persentase 56,8% (50 responden), diikuti kategori tinggi sebesar 38,6% (34 responden), dan kategori rendah sebesar 4,5% (4 responden). Selanjutnya, Self-esteem siswa berada pada kategori tinggi dengan persentase 77,3% (68 responden), diikuti kategori sedang sebesar 22,7% (20 responden). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun Social comparison siswa berada pada kategori sedang, Self-esteem siswa tetap berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan hasil kategorisasi aspek, pada variabel social comparison aspek yang paling menonjol adalah opinion comparison, karena sebagian besar responden berada pada kategori tinggi (55,7%). Sementara itu, aspek ability comparison didominasi oleh kategori sedang (73,9%), yang menunjukkan bahwa responden lebih cenderung membandingkan pendapat atau pandangannya dengan orang lain dibandingkan kemampuan yang dimiliki.

Adapun pada variabel self-esteem, aspek yang paling menonjol adalah self-competence, karena mayoritas responden berada pada kategori tinggi (63,6%). Sebaliknya, aspek self-liking didominasi oleh kategori sedang (64,8%), yang menunjukkan bahwa keyakinan responden terhadap kemampuan dirinya lebih tinggi dibandingkan penerimaan atau penghargaan terhadap dirinya secara keseluruhan.

Saran

1. Bagi Siswa

Siswa diharapkan mempertahankan Self-Esteem yang tinggi dengan terus mengembangkan kemampuan dan potensi yang dimiliki, selain itu juga diharapkan tetap menggunakan media sosial Tiktok secara bijaksana dengan memilih konten yang memberikan manfaat positif serta tidak menjadikan perbandingan dengan orang lain sebagai dasar utama dalam menilai diri.

2. Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi self-esteem, serta membedakan bentuk social comparison seperti upward social comparison dan downward social comparison agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan kedua variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alodia, A., & Suryadi, D. (2021). The Relationship Between Social Comparison and Self-Esteem Among Late Adolescent Instagram Users. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.083>
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2003). Psikologi sosial. Erlangga.
- Baun, I. P., Nugraheni & Rahayu, (2023). Hubungan Social Comparison dengan Self Esteem pada emerging adult di kota kupang yang mengakses media sosial.

- Bergagna, E., & Tartaglia, S. (2018). Self-esteem, social comparison, and facebook use. *Europe's Journal of Psychology*, 14(4), 831–845. <https://doi.org/10.5964/ejop.v14i4.1592>
- Delamater, J. D. ., Myers, D. J. ., & Collett, J. L. . (2018). *Social Psychology*. Routledge.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fitri, L., & Cholilah, R. (2024). Hubungan Social Comparison dengan Self Esteem pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial TikTok di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. *Psychospiritual: Journal of Trends in Islamic Psychological Research*, 3(2), 125–136. <https://doi.org/10.35719/psychospiritual.vxix.xx>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem pada Pengguna Instagram.
- Kompas.com. (2025). Survei APJII: 5 Medsos Terpopuler di Indonesia 2025, TikTok Juara. 2025.
- Li, H., Xiao, B., & Song, G. (2024). The impact of family socioeconomic status (SES) on adolescents' learning conformity: The mediating effect of self-esteem. *Children*, 11(5), 540. <https://doi.org/10.3390/children11050540>
- Ramadhani, M. Z., Sulastri, & Syah, T. A. (2025). Hubungan antara social comparison dengan self esteem pada remaja di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Budi Mulya Muhammadiyah. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 5(3), 1091–1100. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v5i3.6786>
- Riduwan. 2013. *Dasar-dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400876136>
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan anak* (Jilid 1, Edisi ke-11). Erlangga.
- Santrock, J. W. (2013). *Life-span development* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Santrock, J. W. (2019). *Adolescence* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sari, M., Suarni, W., Ode, L., Qalbi, S., & Psikologi, J. (2014). Social Comparison dengan Self-Esteem pada Mahasiswa Pengguna Instagram 5,). <https://doi.org/DOI:10.36709/sublimapsi.v5i2.46559>
- Simon Kemp. (2022, February 22). Digital 2022: Indonesia. Data Reportal.
- Simon Kemp. (2023, February 23). Digital 2023: Indonesia. Data Reportal.
- Simon Kemp. (2024, February 24). Digital 2024: Indonesia. Data Reportal.
- Simon Kemp. (2025, February 25). Digital 2025: Indonesia. Data Reportal.
- Smai, V. L., Fikri, N., & Lembang, B. S. (2023). Hubungan social comparison dengan self-esteem pada remaja pengguna tiktok. 3(4).
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Taylor, J., & Armes, G. (2024). Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem. *Discover Psychology*, 4(1). <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3>
- Utami, T. W., & Astuti, Y. S. (2022). The relationship between self-esteem and depression in adolescent victims of cyberbullying: A cross-sectional study. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 4(4), 867–876. <https://doi.org/10.37287/ijghr.v4i4.1339>
- We are social. (2025). Digital 2025: The essential guide to the global state of digital. 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Yang, C. chen, Holden, S. M., Carter, M. 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. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.09.007>