

Efek Perbandingan Sosial Di Instagram Terhadap Subjective Well Being Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang

Taufiqur Rahman¹, Rinaldi¹

¹Departemen Psikokologi/Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang
Padang, Indonesia

Correspondence E-mail: tra270902@gmail.com, naldipsi@fip.unp.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji hubungan antara perbandingan sosial dan kesejahteraan subjektif di kalangan mahasiswa sarjana yang aktif menggunakan Instagram di Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Padang. Dengan desain korelasi kuantitatif, data dikumpulkan dari 298 mahasiswa berusia 18–24 tahun melalui sampling purposif. Skala Orientasi Perbandingan Iowa-Belanda (INCOM) digunakan untuk mengukur perbandingan sosial, sementara kesejahteraan subjektif diukur menggunakan Skala Kepuasan Hidup (SWLS) dan Skala Pengalaman Positif dan Negatif (SPANE). Analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden sering melakukan perbandingan sosial ke atas di Instagram. Korelasi produk-moment Pearson menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara perbandingan sosial dan kesejahteraan subjektif, menunjukkan bahwa tingkat perbandingan sosial yang lebih tinggi terkait dengan kepuasan hidup yang lebih rendah dan peningkatan afek negatif. Temuan ini menyoroti risiko psikologis dari perbandingan ke atas yang berlebihan di media sosial dan menekankan pentingnya mempromosikan penggunaan media sosial yang sehat di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Instagram, perbandingan sosial, kesejahteraan subjektif, mahasiswa, studi korelasi

Article Information

Riwayat Artikel:

Received 1 October 2025

Revised 25 October 2025

Published 25 October 2025

Available Online 30 October 2025

Published 1 November 2025

Keyword: Instagram,
perbandingan sosial,
kesejahteraan subjektif,
mahasiswa, studi korelasi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu fenomena yang menonjol adalah meningkatnya penggunaan media sosial yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas sehari-hari. Instagram, sebagai salah satu platform visual terbesar, banyak digunakan oleh generasi muda, termasuk mahasiswa. Berdasarkan data NapoleonCat (2025), jumlah pengguna Instagram di Indonesia per Januari 2025 mencapai 90.183.200 pengguna, menunjukkan popularitasnya yang terus meningkat dan potensi pengaruhnya terhadap perilaku serta kesejahteraan psikologis pengguna. Instagram memungkinkan penggunanya menampilkan versi ideal dari kehidupan mereka melalui unggahan foto, video, dan cerita digital. Fenomena ini dapat memicu social comparison, yaitu kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan orang lain di dunia maya.

Hasil survei awal terhadap 48 mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang angkatan 2021–2024 menunjukkan bahwa 33% responden mengalami penurunan subjective well-being (SWB) yang ditandai dengan perasaan tidak bahagia, rendahnya kepercayaan diri, meningkatnya kecemasan, serta ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Unggahan orang lain yang menampilkan pencapaian, kebahagiaan, atau penampilan ideal sering kali menimbulkan perasaan iri, kurang beruntung, dan tidak puas terhadap kehidupan pribadi. Kondisi ini menggambarkan bahwa aktivitas di media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis mahasiswa.

Menurut Diener (1984, 2000), subjective well-being merupakan evaluasi menyeluruh individu terhadap kehidupannya, yang mencakup dua komponen utama: aspek kognitif, berupa kepuasan hidup (life satisfaction), dan aspek afektif, berupa keseimbangan antara afek positif (emosi menyenangkan seperti bahagia dan puas) serta afek negatif (emosi tidak menyenangkan seperti cemas, sedih, dan frustrasi). Individu dengan SWB tinggi memiliki tingkat kepuasan hidup yang baik, emosi positif yang dominan, serta persepsi diri yang sehat terhadap kehidupannya. Sebaliknya, individu dengan SWB rendah cenderung mengalami stres, perasaan gagal, dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Dalam konteks mahasiswa, tingkat SWB dapat memengaruhi motivasi belajar, hubungan sosial, dan kesehatan mental secara keseluruhan.

Sementara itu, Teori Perbandingan Sosial (Social Comparison Theory) oleh Festinger (1954) menjelaskan bahwa individu secara alami menilai diri mereka melalui perbandingan dengan orang lain. Arah perbandingan ini terbagi menjadi dua, yaitu upward comparison (membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih baik) dan downward comparison (membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih buruk). Upward comparison seringkali menimbulkan emosi negatif, terutama pada individu dengan harga diri rendah, sedangkan downward comparison dapat meningkatkan perasaan syukur dan memperbaiki suasana hati (Gibbons & Gerrard, 1989). Dalam konteks media sosial seperti Instagram, upward comparison lebih dominan terjadi karena pengguna lebih sering terekspos pada pencapaian dan citra ideal orang lain.

Berbagai penelitian mendukung adanya hubungan antara social comparison dan subjective well-being. Situmorang (2024) menemukan bahwa mahasiswa yang sering melakukan perbandingan sosial mengalami penurunan kepercayaan diri dan meningkatnya kecemasan. Nafis & Kasturi (2023) melaporkan bahwa intensitas social comparison di Instagram berhubungan dengan meningkatnya tekanan psikologis dan ketidakpuasan hidup. Diener & Fujita (dalam Eid & Larsen, 2008) menegaskan bahwa social comparison merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi subjective well-being, karena

proses perbandingan sosial dapat menentukan bagaimana individu mengevaluasi kehidupannya secara emosional dan kognitif.

Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada populasi umum atau rentang usia yang luas, sehingga terdapat gap penelitian terkait mahasiswa Psikologi yang memiliki pemahaman psikologis namun tetap rentan terhadap dampak negatif media sosial. Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Padang yang berusia 18–24 tahun termasuk dalam masa dewasa awal, yaitu tahap perkembangan yang ditandai dengan pencarian identitas diri dan kebutuhan validasi sosial (Hurlock, 1997; Arnett, 2000). Kondisi tersebut menjadikan mereka kelompok yang rentan terhadap efek upward comparison di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara social comparison dan subjective well-being pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Padang pengguna aktif Instagram. Secara khusus, penelitian ini ingin mengetahui tingkat social comparison yang dilakukan mahasiswa, mengukur tingkat subjective well-being, serta mengidentifikasi arah hubungan antara kedua variabel tersebut. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur psikologi sosial dan psikologi positif, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi pengembangan intervensi dan literasi digital untuk mendukung penggunaan media sosial yang sehat dan peningkatan kesejahteraan psikologis mahasiswa.

2. METODE

Karakteristik Partisipan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk melihat hubungan antara social comparison dan subjective well-being pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Partisipan dalam penelitian ini merupakan 298 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Negeri Padang angkatan 2021–2024 yang berusia antara 18 hingga 24 tahun dan merupakan pengguna aktif Instagram selama minimal satu tahun. Mayoritas partisipan berjenis kelamin perempuan (80,67%), sedangkan laki-laki sebanyak 19,33%, dengan sebagian besar berasal dari angkatan 2024 (48,2%).

Prosedur Pengambilan Sampel

Penelitian ini melibatkan 298 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Negeri Padang angkatan 2021–2024 berusia 18–24 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram minimal satu tahun. Partisipan dipilih dengan metode purposive sampling sesuai kriteria penelitian dan berpartisipasi secara sukarela tanpa imbalan. Data dikumpulkan di lingkungan kampus melalui Google Form dan kode QR yang dibagikan secara daring maupun langsung. Sebelum pengisian kuesioner, seluruh partisipan menandatangani informed consent. Penelitian dilaksanakan dengan izin fakultas dan mengikuti kode etik penelitian psikologi yang menjamin kerahasiaan serta keselamatan partisipan.

Ukuran Sampel, Daya Uji, dan Ketepatan

Adapun banyak sample dalam penelitian ini yaitu 298 orang. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dari populasi 1.169 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Negeri Padang pengguna media sosial Instagram. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 298 responden, yang dinilai sudah mewakili populasi dan memiliki tingkat ketepatan yang baik untuk analisis korelasional. Pengumpulan data dilakukan dalam satu tahap tanpa analisis interim ataupun aturan penghentian tertentu.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics dengan teknik analisis deskriptif dan korelasi Pearson Product Moment untuk melihat hubungan antara social comparison dan subjective well-being. Sebelum analisis utama, dilakukan uji asumsi statistik berupa normalitas, linearitas, dan homogenitas. Analisis tambahan dilakukan secara eksploratif terhadap data demografis seperti usia dan jenis kelamin dengan tingkat signifikansi 0,05 ($p < 0,05$).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 300 mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang berusia 18–24 tahun, dengan mayoritas perempuan (80,7%) dan pengguna aktif Instagram lebih dari satu tahun (99,7%). Analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *subjective well-being* mahasiswa tergolong cukup baik, dengan rata-rata skor kepuasan hidup sebesar 22,09, afek positif 19,12, dan afek negatif 19,12. Sebagian besar responden berada pada kategori *subjective well-being* tinggi hingga sangat tinggi. Sementara itu, rata-rata skor *social comparison* sebesar 37,34, dengan mayoritas responden pada kategori sedang hingga tinggi. Aspek *opinion* memiliki skor lebih tinggi dibanding *ability*, menandakan mahasiswa lebih sering membandingkan pandangan atau pendapat daripada kemampuan diri.

Uji asumsi normalitas dan linearitas menunjukkan data berdistribusi normal dan hubungan antar variabel bersifat linear ($p > 0,05$). Hasil korelasi Pearson menunjukkan hubungan negatif signifikan antara *social comparison* dengan kepuasan hidup ($r = -0,278$; $p < 0,001$) dan afek positif ($r = -0,182$; $p = 0,002$), serta hubungan positif signifikan dengan afek negatif ($r = 0,304$; $p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas *social comparison*, semakin rendah kepuasan hidup dan emosi positif, serta semakin tinggi afek negatif yang dirasakan mahasiswa pengguna Instagram.

Tabel 1

Deskripsi Subjek Penelitian

Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	F	%
Laki-Laki	58	19.33%
Perempuan	242	80,67%

Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Angkatan Mahasiswa		
Jenis Kelamin	F	%
2021	74	24,6%

2022	56	18,6%
2023	26	8,6%
2024	144	48,2%

Deskripsi Subjek Berdasarkan Lama Menggunakan Instagram

Penggunaan Instagram	F	%
>1 tahun	299	99,67%

Tabel 2

Uji Asumsi : Uji Normalitas

Variabel	N	Asymp. Sign (2-tailed)	Keterangan
Social Comparison	300	0,111	Normal
Subjective Well-Beig	300	0,111	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov- Smirnov (K-S), diperoleh nilai signifikansi (p) untuk masing-masing variabel sebagai berikut: Kepuasan Hidup (p = 0,111), Afek Positif (p = 0,229), dan Afek Negatif (p = 0,283). Seluruh nilai p tersebut lebih besar dari batas ketentuan $p > 0,05$, yang menunjukkan bahwa data ketiga variabel tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3

Uji Asumsi : Uji Linearitas

Variabel	<i>Dev. From Linearity</i>	<i>Linearity</i>
<i>Social Comparison</i>	0,289	0,000
Kepuasan Hidup		
<i>Social Comparison</i>	0,903	0,002
Afek Positif		
<i>Social Comparison</i>	0,512	0,000
Afek Negatif		

Berdasarkan hasil uji linearitas, hubungan antara *social comparison* dengan kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif menunjukkan nilai *Dev. from Linearity* yang semuanya lebih besar dari 0,05 (masing-masing 0,289; 0,903; dan 0,512), yang berarti hubungan antar variabel tersebut bersifat linear.

Tabel 4

Uji Hipotesis

Uji Korelasi Pearson

Variabel	Nilai Korelasi (r)	Sig. (2-tailed)
<i>Social Comparison</i>	-0,137	0,017
<i>Subjective Well-Being</i>		

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson per dimensi, terdapat hubungan signifikan antara *social comparison* dan ketiga dimensi *subjective well-being*. Pada kepuasan hidup ($r = -0,278$; $p = 0,000$) dan afek positif ($r = -0,182$; $p = 0,002$), ditemukan hubungan negatif signifikan, yang berarti semakin sering individu membandingkan diri, semakin rendah kepuasan dan emosi positif yang dirasakan. Sebaliknya, pada afek negatif ($r = 0,304$; $p = 0,000$), terdapat hubungan positif signifikan, menunjukkan bahwa perbandingan sosial cenderung meningkatkan emosi negatif seperti cemas atau sedih. Temuan ini menunjukkan bahwa *social comparison* berdampak negatif terhadap kesejahteraan subjektif.

Uji Kolerasi Pearson Per Dimensi

Variabel	Nilai Korelasi (r)	Sig. (2-tailed)
<i>Social Comparison</i>	-0,278	0,000
Kepuasan Hidup		
<i>Social Comparison</i>	-0,182	0,002
Afek Positif		
<i>Social Comparison</i>	0,304	0,000
Afek Negatif		

Hasil uji korelasi Pearson per dimensi menunjukkan bahwa *social comparison* berhubungan signifikan dengan seluruh dimensi *subjective well-being*. Terdapat hubungan negatif yang cukup kuat dengan kepuasan hidup ($r = -0,278$; $p = 0,000$) dan afek positif ($r = -0,182$; $p = 0,002$), yang berarti semakin sering individu membandingkan diri, semakin rendah kepuasan dan emosi positif yang dirasakan. Sebaliknya, terdapat hubungan positif signifikan dengan afek negatif ($r = 0,304$; $p = 0,000$), menunjukkan bahwa perbandingan sosial cenderung meningkatkan emosi negatif seperti cemas atau sedih.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan melakukan *social comparison* di atas rata-rata, dengan kategori sedang hingga tinggi. Fenomena ini wajar pada fase dewasa awal, ketika individu sering menggunakan

orang lain sebagai cermin untuk menilai keberhasilan dan posisinya dalam masyarakat (Santrock, 2012; Arnett, 2000). Social comparison, menurut Festinger (1954), merupakan mekanisme umum untuk mengevaluasi diri ketika standar objektif tidak tersedia. Dalam konteks media sosial, dorongan ini semakin intens, terutama melalui upward comparison, yang dapat menimbulkan rasa iri, cemas, dan rendah diri (Buunk & Gibbons, 2007).

Analisis korelasi Pearson menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dan subjective well-being ($r = -0,462$; $p < 0,05$). Semakin sering mahasiswa membandingkan dirinya dengan orang lain, semakin rendah kepuasan hidup dan afek positif yang dirasakan, sementara afek negatif meningkat. Hasil ini sejalan dengan temuan Vogel et al. (2014) dan Lee (2014), yang menunjukkan bahwa perbandingan sosial yang berlebihan melalui media sosial berdampak negatif pada self-esteem dan kesejahteraan psikologis. Social comparison bias menjelaskan fenomena ini, karena individu cenderung fokus pada kelebihan orang lain dan mengabaikan kompleksitas kehidupan mereka (Festinger, 1954; Wood, 1989).

Dalam konteks subjective well-being (Diener et al., 1999; Diener, 2000), peningkatan social comparison menurunkan dimensi evaluatif (kepuasan hidup) dan afektif positif, serta meningkatkan afek negatif. Fase transisi menuju dewasa muda membuat mahasiswa lebih rentan terhadap tekanan sosial, sehingga intensitas perbandingan diri menjadi signifikan. Media sosial memperkuat efek ini karena menampilkan citra ideal orang lain yang jarang mencerminkan realitas (Chou & Edge, 2012). Kesimpulannya, hipotesis alternatif penelitian ini diterima: social comparison berpengaruh negatif terhadap kepuasan hidup dan afek positif, serta berpengaruh positif terhadap afek negatif. Temuan ini menegaskan bahwa social comparison merupakan faktor penting yang memengaruhi subjective well-being mahasiswa pengguna Instagram.

5. REFERENSI

Alfiyani. (2017). *Hubungan optimisme dengan subjective well-being pada guru honorer sekolah dasar negeri di Jakarta Utara* [Skripsi, Universitas Negeri Jakarta]. Universitas Negeri Jakarta.

Amelia, G. A. (2019). *Pengaruh social comparison terhadap life satisfaction pada remaja akhir yang menggunakan Instagram* [Disertasi, Universitas Negeri Jakarta].

Arenz, K., Meier, A., & Reinecke, L. (2023). The psychology of social media use: A meta-analysis. *Journal of Media Psychology*, 35(1), 12–25.

Ariati, S. (2010). Definisi dan aspek subjective well-being. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 7(2), 154–169.

Armenta, C. N., Ruberton, P. M., & Lyubomirsky, S. (2015). Subjective well-being, psychology of. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2nd ed., Vol. 24). Elsevier.

Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480.

Avianti, W., Martin, A., Andriyani, N., Prihatiningsih, D., Misesani, D., Yufrinalis, M., ... & Sukwika, T. (2023). *Metode penelitian (Dasar, praktik, dan penerapan berbasis ICT)*. PT Mifandi Mandiri Digital.

Buunk, B. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(5), 692–703.

Darmawan, N. O. D., & Agustina. (2022). Peran perbandingan sosial terhadap ketidakpuasan tubuh pada perempuan pengguna Instagram. *Jurnal Muara Ilmu Sosial*.

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13

Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2018). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. In *Oxford Handbook of Positive Psychology*.

Diener, E., Oishi, S., & Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 253–260. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0307-6>

Diener, E., & Ryan, K. (2009). Subjective well-being: A general overview. *South African Journal of Psychology*, 39(4), 391–406. <https://doi.org/10.1177/008124630903900402>

Eid, M., & Larsen, R. J. (2008). *The science of subjective well-being*. Guilford Publications.

Fakhri, N. (2017). Konsep dasar dan implikasi teori perbandingan sosial. *Jurnal Psikologi Talenta*, 3(1), 10. <https://doi.org/10.26858/talenta.v3i1.13066>

Febrianti, A. N. A., & Supriyadi, S. (2021). Apakah perbandingan sosial dalam menggunakan Instagram berperan terhadap kebahagiaan remaja? *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 12(2), 126–137.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.

Human Relations. (2020, Maret). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (Issue Maret).