

PENGARUH SOCIAL COMPARISON TERHADAP SELF CONFIDENCE PADA EMERGING ADULTHOOD PENGGUNA MEDIA SOSIAL

**Ira Liantisa
Tabah Aris Nurjaman**

Program Studi Psikologi
Fakultas Bisnis & Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
E-mail: iraliantisa888bdl@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial sebagai salah satu media komunikasi dan informasi yang berkaitan dengan sebuah konten foto, video, dan lainnya sebagai bentuk representasi diri. Dampak penggunaan media sosial salah satunya yaitu individu menganggap bahwa postingan foto atau video orang lain yang bertubuh kurus merupakan kriteria tubuh cantik dan apabila individu tersebut tidak memilikinya maka akan memungkinkan kepercayaan dirinya menurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh social comparison terhadap self confidence pada emerging adulthood pengguna media sosial. Responden dalam penelitian ini berjumlah 174 orang, berusia 18-25 tahun pengguna aktif media sosial. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan metode analisis kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan skala social comparison berdasarkan teori Festinger (1954) dan skala self confidence berdasarkan teori Lauster (1997). Hasil uji hipotesis dengan teknik analisis regresi linier sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) artinya terima H_a . Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh social comparison terhadap self confidence pada emerging adulthood pengguna media sosial. Besar sumbangan efektif atau nilai R Square social comparison yaitu 0,374 yang berarti bahwa social comparison memiliki pengaruh terhadap self confidence sebesar 37,4% dan 62,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Emerging adulthood, Media sosial, Self confidence, Social comparison.*

THE EFFECT OF SOCIAL COMPARISON ON SELF CONFIDENCE IN EMERGING ADULTHOOD SOCIAL MEDIA USERS

Ira Liantisa
Tabah Aris Nurjaman

Psychology Study Program
Faculty of Bussiness & Humanities
University of Technology Yogyakarta
E-mail: iraliantisa888bdl@gmail.com

ABSTRACT

Social media as a medium of communication and information related to a photo, video, and other content as a form of self-representation. One of the impacts of using social media is that individuals assume that posting photos or videos of other people who are thin is a criterion for a beautiful body and if the individual does not have it, it will reduce his confidence. This study aims to determine the effect of social comparison on self-confidence in emerging adulthood social media users. Respondents in this study amounted to 174 people, aged 18-25 years and are active users of social media. Sampling using purposive sampling technique. Data analysis used quantitative analysis methods. The data collection technique used a social comparison scale based on Festinger's theory (1954) and a self-confidence scale based on Lauster's theory (1997). The results of hypothesis testing using simple linear regression analysis showed a significance value of 0.000 ($p < 0.05$), meaning that H_a was accepted. The conclusion is that there is an effect of social comparison on self-confidence in emerging adulthood social media users. The effective contribution or the value of R Square social comparison is 0.374, which means that social comparison has an effect on self-confidence of 37.4% and 62.6% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Emerging adulthood, Social media, Self confidence, Social comparison.*